

ÉRICA DE CASTRO LOUREIRO

USO DE PORTAIS COMO FERRAMENTA PARA A COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL E CASO FIOCRUZ

Rio de Janeiro

2006

ÉRICA DE CASTRO LOUREIRO

USO DE PORTAIS COMO FERRAMENTA PARA A COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL E CASO FIOCRUZ

UFRJ- Graduação em Comunicação Social

Habilitação em Jornalismo

Orientador: Joaquim Welley

Co-orientador: Paulo César Castro

Rio de Janeiro

2006

USO DE PORTAIS COMO FERRAMENTA PARA A COMUNICAÇÃO  
INSTITUCIONAL E CASO FIOCRUZ

Érica de Castro Loureiro

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Aprovada por:

---

Prof. Joaquim Welley Martins – Orientador  
Mestre em Ciência da Comunicação

---

Prof. Cristina J. Haguenuer  
Doutora em Engenharia Civil

---

Prof. Gabriel Collares Barbosa  
Doutor em Comunicação e Cultura

Rio de Janeiro

1º semestre/2006

## AGRADECIMENTOS

A Deus e Nossa Senhora de Aparecida, que estão sempre comigo.

Ao meu pai João Carlos, minha mãe Bellarmina, e minha irmã Iandra, sempre presentes ao longo de minha formação.

Ao meu orientador, Joaquim Welley, por sua disposição e boa vontade em me ajudar.

Ao meu co-orientador Paulo César Castro, que me ajudou imensamente já no final da trajetória de meu trabalho.

À Fiocruz, e todos seus jornalistas, designers, desenvolvedores e demais profissionais que com suas idéias e experiência me ajudaram a ver a importância da discussão trazida para esse trabalho.

À Caco Xavier, exemplo de profissional, que com muita paciência me orienta a dar os primeiros passos em minha vida profissional.

À Clara, Daniel, Marcelle e Sheila, amigos feitos na Escola de Comunicação que pretendo levar para toda a vida, por todos os momentos prosaicos nesses 4 anos, e também por terem me ajudado e acompanhado de perto todo o processo de produção desse trabalho, algumas vezes em tempo real.

Ao meu namorado Adriano, pelo apoio incondicional e incentivo constante.

À minha prima Rafaela, por sempre confiar em mim e por me mostrar que eu conseguiria conquistar meu objetivo.

LOUREIRO, Érica de Castro. **O Uso de Portais como Ferramenta para a Comunicação Institucional e Caso Fiocruz.** Orientador: Joaquim Welley. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2006. Monografia (Graduação em Jornalismo).

## RESUMO

O trabalho aborda o processo de escolha e implementação de portais em instituições, evidenciando conceitos e etapas prévias à adoção do uso da ferramenta, analisando ainda, ao final, o caso do portal de uma grande instituição pública nacional. O objetivo do trabalho foi destacar as possibilidades que a adoção da ferramenta descrita possibilita ao pleno desenvolvimento do trabalho dentro de uma grande instituição, de forma estratégica e integrada. A metodologia foi a revisão bibliográfica sobre o tema, com o objetivo de construir uma base mais teórica que pudesse servir de suporte para uma possível ação prática, auxiliando principalmente o profissional de comunicação social, mas sendo também esclarecedor para pessoas de outras competências que se interessem pelo tema. Para a abordagem de caso, conta com a aplicação de entrevistas, observação prática e direta e análise de documentos referentes ao tema dentro da instituição escolhida, a Fiocruz. O trabalho chama sempre à responsabilidade do comunicador social a preocupação com as questões de planejamento e implementação eficaz da ferramenta exposta, sem maiores aprofundamentos técnicos, servindo como uma sugestão de guia para a ação desses profissionais, contextualizando e abordando conceitos que devem ser previamente conhecidos. Com a consciência de todas as possibilidades, etapas e conceitos, o trabalho leva à conclusão de que na era atual, onde o conhecimento, seu compartilhamento e reaplicação tornaram-se requisitos básicos para o sucesso de instituições, o uso responsável da internet e das múltiplas possibilidades que ela oferece passa a ser mais que uma simples opção, podendo ou não ser adotada sem maiores consequências, e sim uma questão de posicionamento estratégico e ativo frente ao mundo em que vivemos.

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
2	SOCIEDADE EM REDE: DA SOCIEDADE INDUSTRIAL À ERA DA INFORMAÇÃO	5
	2.1 Surgimento da “Sociedade de Informação”	5
	2.2 Breve histórico do surgimento da internet	8
	2.3 A Sociedade em rede	10
3	AS INSTITUIÇÕES EM REDE: A USO DA INTERNET E A CRIAÇÃO DE PORTAIS COMO FERRAMENTA DE APOIO PARA A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	14
	3.1 Comunicação Institucional na Era da Informação e uso da internet	14
	3.2 Conceituação de Portal: características	18
4	A CRIAÇÃO DE PORTAIS INSTITUCIONAIS: PONTOS A SEREM SEGUIDOS	22
	4.1 Planejamento de Comunicação	22
	4.2 Arquitetura de Informações	25
	4.3 Acessibilidade e Usabilidade	28
	4.3.1 – Usabilidade	28

4.3.2 - Acessibilidade	33
4.4 Design e Identidade	35
4.5 Interatividade: Orientação Básica, Fale Conosco, Enquetes, Intranet, Portal Corporativo, Gestão do Conhecimento, Comunidade Virtual.	35
5 CASO FIOCRUZ: ANÁLISE DO PORTAL INSTITUCIONAL	45
5.1 A Fiocruz	45
5.2 A opção pelo Portal	48
5.3 Análise do Portal	52
5.4 Considerações gerais sobre o Portal Fiocruz	63
6 CONCLUSÃO	65
7 BIBLIOGRAFIA	66
8 ANEXOS	68

## 1 - Introdução

Vivemos em uma era de mudanças constantes, trocas variadas, velocidade, tecnologia. Sofremos com uma enxurrada de informações, e no entanto estamos sempre buscando produzir e consumir mais e mais. Estamos participando do nascimento e estabelecimento de um novo canal de comunicação, a internet, que a cada dia ocupa mais espaços do nosso cotidiano. No tempo vago, nas horas do estudo, no trabalho... Há uma mistura, uma confusão entre essas ações, que já não são mais vistas de forma tão separada. Essa ferramenta que interliga o mundo todo em uma rede, parece tão natural hoje que é difícil pensar em como era a vida antes de sua disseminação. Para os profissionais de comunicação que saem das universidades agora, então, a internet com certeza foi uma ferramenta constante em sua formação e será ainda mais no momento em que entrarem no mercado de trabalho.

No princípio, quando do nascimento da idéia para esse trabalho, muitas possibilidades surgiram, diferentes caminhos a seguir, mas uma coisa estava clara: a internet seria a linha condutora, a que costuraria todo o trabalho. Justamente por sua presença constante nas diversas instâncias de nossa vida, com seu recente surgimento e vertiginosa adoção. A internet é um espaço potencialmente democrático, que pode ser conquistado, aproveitado.

Logo nas primeiras experiências profissionais como jornalista, o computador, as tecnologias de informação e a internet como meio se impuseram ainda mais diretamente. A rotina profissional em uma grande instituição evidenciou a importância não só de saber se movimentar nesse novo meio, mas também de conseguir pensá-lo. A proposta escolhida para desenvolver esse trabalho foi, então, abordar alguns dos conceitos e temas que são discutidos na área de comunicação de uma grande instituição pública, questões relevantes em relação ao uso da internet, sempre levantadas por profissionais altamente qualificados, e que atuam também na pesquisa e estudo do meio.

A partir daí, pontuando melhor o tema, centramos o trabalho na construção de um portal, questão que atualmente ocupa grande parte das discussões em fóruns de comunicação dentro da instituição analisada ao final do trabalho, a Fiocruz. A idéia foi apresentar cada um dos fundamentos que precisam ser conhecidos e planejados antes da implantação do projeto de um portal.



Também com base em experiência profissional e em conversas com outros profissionais experientes na área, foi possível confirmar idéias prévias em relação à comunicação institucional, que se apresentam no trabalho como idéias próprias, muitas vezes sem uma base bibliográfica, e sim prática, construída por meio de observação, conversas e contato pessoal. Na elaboração do trabalho, fizemos ainda o uso de informações e conceitos contidos em um documento ainda não finalizado, que pretende orientar o trabalho sobre a internet dentro da instituição analisada. Essas referências não puderam, portanto, ser citadas diretamente, posto que se encontram ainda em construção, atividade da qual a própria autora desse trabalho também participa.

Como metodologia, escolhemos por fazer uma revisão bibliográfica, especialmente de um dos principais autores que se dedicam atualmente a pensar a construção de uma sociedade em rede em todos os seus aspectos, Manuel Castells. Além de livros desse autor, consultamos também outros autores, tanto os que pensam a internet e seu surgimento de forma mais teórica, quanto aos mais práticos, com livros-guia de atuação nesse meio. Além disso, como já foi explicado, a experiência profissional e a observação direta do processo de construção e melhoria em um portal também serviram de base para construir algumas das idéias apresentadas. Por fim, a análise de um caso prático completou a metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho. Para esse caso, consultamos ainda entrevistas feitas com diversos atores da área de comunicação da instituição, realizadas para fins profissionais, mas que auxiliaram na construção da análise apresentada.

Antes de simplesmente apresentar conceitos, o trabalho nos contextualiza em relação à época em que vivemos, a chamada 'Era da Informação', onde o conhecimento, seu partilhamento e gestão adequada constituem os principais motores de avanço e desenvolvimento, tanto pessoal, como profissional. No capítulo 2 nos dedicamos exclusivamente a essa exposição. Uma vez compreendida a forma como chegamos ao ponto atual, traçando um breve histórico da passagem de uma sociedade 'pós-industrial' para a sociedade da informação, do surgimento da internet, e de como as esferas da vida se confundem na era da informação, onde o uso da internet e das tecnologias da informação nos une todos em uma sociedade em rede, passamos então a pensar o caso específico dessa construção da realidade em rede dentro de instituições, sempre apoiada em ações de comunicação, assunto do capítulo seguinte.

O capítulo 3 começa, então, fazendo também um breve histórico, dessa vez do estabelecimento e reconhecimento da área de comunicação dentro das instituições, destacando o papel atual da mesma nas ações de inteligência institucional. O capítulo segue observando o papel da internet e suas ferramentas como apoio para essa transformação nas ações de comunicação, que se destacam na construção de uma instituição em rede, que busca a disseminação e compartilhamento de informações e conhecimentos, tanto com o público interno quanto com o externo. Nesse momento fazemos a escolha que guiará o resto do trabalho, de conceituar a ferramenta portal, uma das opções possíveis para auxiliar na integração de uma instituição.

Uma vez esclarecido o conceito de portal e os benefícios que pode trazer, passamos então para o capítulo 4, que pretende servir como uma espécie de guia prévio à adoção de portais. É nessa parte do trabalho que listamos uma série de conceitos e atividades que devem ser desenvolvidas antes da adoção da ferramenta dentro da instituição, pontuando, ainda, algumas das ferramentas possíveis que podem ser adicionadas ao portal. Nesse capítulo desenvolvemos ainda a questão da intranet e de sua evolução, o portal corporativo, ressaltando sua importância para a integração interna e a eficiente gestão do conhecimento dentro de uma instituição.

Depois de passar por todas as etapas, de contextualização, conhecimento de conceitos e possibilidades, passamos para a análise de um portal de uma grande instituição pública nacional, a Fiocruz, à luz dos conceitos apresentados ao longo do trabalho. Nesse capítulo tentamos mostrar o caminho percorrido pela fundação na construção do portal atualmente no ar, ressaltando que, mesmo tendo passado por tantas etapas de planejamento, o movimento de construção do mesmo está em constante atividade. Constatamos com isso, afinal, que em um meio interativo e exposto à rápida modificação como a internet, um projeto desse porte nunca estará completo, sempre havendo novas modificações e melhorias a serem implementadas.

O desenvolver desse trabalho procura mostrar um panorama de questões relevantes em relação à construção de estruturas de informação na internet, levantando questões chave sem as quais não se pode atuar de forma eficaz no meio virtual. É preciso conhecer alguns conceitos específicos sobre o meio antes de atuar sobre ele. Não temos a pretensão de apresentar todos os caminhos possibilitados pela internet, tampouco todas as inúmeras ferramentas, que evoluem e ganham novas versões a cada

dia. Apenas fazemos uma breve apresentação histórica para enfim mostrar uma espécie de retrato do momento atual e das discussões que embalam hoje a questão da internet em uma grande instituição.

A formação oferecida em um curso de comunicação favorece o desenvolvimento de profissionais capazes de pensar criticamente o mundo em que vivem, participando ativamente das modificações e sabendo responder criativamente às novas situações que se impõem em sua realidade. Sem observações excessivamente otimistas em relação às novas tecnologias, contentando-se apenas em apresentar algumas de suas características e ferramentas, este trabalho procura estimular o pensamento e cooperação para a construção do novo meio virtual. A sociedade em rede já é uma realidade, e acreditamos que aquele que não participa da construção da mesma, ou se posiciona à margem do movimento, caminha para se tornar um novo tipo de excluído, facilmente manipulado e guiado, postura essa oposta àquela que um profissional de comunicação deve ter.

## 2 – Sociedade em rede: Da Sociedade Industrial à Era da Informação

### 2.1 – Surgimento da ‘Sociedade de Informação’

As intensas evoluções tecnológicas ocorridas no último quarto de século e as mudanças que promoveram nos campos político, social e econômico instauraram uma nova era da história. O impacto das novas tecnologias de microeletrônica e o avanço das telecomunicações, e principalmente a simultaneidade desses processos, podem ser considerados os principais motores de modificação do mundo e da passagem para uma ‘Era da Informação’.

As tecnologias da informação são os atores principais dessa nova era da história. Fazendo um retrospecto até a década de 40, podemos dizer que o nascimento da informação como conceito está intimamente ligado ao desenvolvimento do computador. Essa evolução tecnológica respondeu, no início, às necessidades militares dos Estados Unidos, o que pode ser exemplificado pelo fato de que alguns dos elementos fundamentais para o computador foram desenvolvidos pelos americanos para usos específicos na Segunda Guerra Mundial. Esse período, portanto, gerou a oportunidade e motivação para o desenvolvimento das tecnologias de informação. O mesmo aconteceu no período pós-guerra, com a expansão global das empresas norte-americanas, as multinacionais, que necessitavam cada vez mais de um controle que não poderia ser exercido de forma presencial.

Com os avanços na microeletrônica e nas atividades que o computador poderia executar, de manipulação e transformação da informação, começou-se a vislumbrar o surgimento de uma mudança substancial na realidade econômica, que por suas dimensões poderia ser então considerada como uma terceira revolução industrial, ou ainda, como uma era pós-industrial. A introdução do computador, com todas suas possibilidades, alterava a ordem das operações econômicas da sociedade e seu principal motor de alimentação passava a ser a informação. Cada uma das revoluções industriais teve um fator estimulante, um elemento que protagonizou e evidenciou as necessidades de mudança. E dessa vez não seria diferente. Como analisa Kumar<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> KUMAR, Kristian “Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo” Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997

Se as duas primeiras foram revoluções de energia – baseadas no vapor e na eletricidade – a terceira, e sobre isso havia acordo geral, era a da informação.

A expressão “sociedade de informação” surgiu, então, para expressar melhor as características dessa sociedade “pós-industrial”. Pós-industrial porque, tendo a informação como insumo principal, o industrialismo não poderia mais responder à realidade das práticas econômicas mais eminentes da nova era. Ao contrário, a sociedade seguiu sua seqüência natural, quando um modelo antigo é gradualmente substituído por um novo; no caso, o industrial pela prestação de serviços; assim como um dia a sociedade industrial substituiu a sociedade agrária. Agora, a informação passava a ser o insumo principal da nova sociedade, que surge e ganha força se apoiando no avanço do capitalismo na década de 80. Segundo Daniel Bell, a grande mudança que essa nova era instaura é o fato de a mesma estar embasada pela informação e o conhecimento que, juntos, estavam “se tornando os recursos estratégicos e os agentes transformadores da sociedade pós-industrial”<sup>2</sup>.

Segundo Castells<sup>3</sup>, o desenvolvimento das novas tecnologias se intensificou no final dos anos 80 como uma tentativa de a antiga sociedade utilizar as novas tecnologias para expandir e reestruturar o poder na nova realidade. Ainda segundo o autor, esse paradigma constituído pelas novas tecnologias da informação tem como características a busca de avanços tecnológicos para melhor se trabalhar a informação, “são tecnologias para agir sobre a informação”, que passa a ser a matéria prima das transformações. Continuando sua análise sobre as características da nova sociedade da informação, Castells destaca a “penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias” para justificar o seu amplo e rápido avanço, já que a informação faz parte de todo o tipo de atividade humana, e por isso todas as atividades tendem naturalmente a ser influenciadas ou afetadas por essa nova tecnologia que lida de forma tão próxima com a informação.

A informação, junto à tecnologia, instaura ainda uma nova lógica, a “lógica de rede”, que é caracterizada por sistemas complexos que se interligam, e que podem ser implementados nos variados tipos de processos de uma sociedade. Há ainda a questão da flexibilidade que caracteriza uma sociedade globalizada que faz uso do sistema de redes, opção que favorece processos reversíveis e reconfiguráveis, ou seja, ideais para

---

<sup>2</sup> BELL apud KUMAR, 1997, p. 21

<sup>3</sup> CASTELLS, Manuel. “A Sociedade em Rede”. São Paulo: Paz e Terra, 1999

uma realidade em constante modificação. Castells termina as definições ressaltando a crescente “convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado”, se referindo à microeletrônica e as telecomunicações, união que alterou os rumos de toda uma era, quando acabou com a “antiga distinção entre processamento e disseminação de informações”<sup>4</sup>.

Outra diferenciação da era da informação para as demais é a maior maleabilidade da questão espaço x tempo. Na era industrial, como lembra Kumar<sup>5</sup>, o tempo de trabalho marcado pelos relógios e reforçado pelo ritmo frenético das máquinas orientava a vida dos trabalhadores nas fábricas. A nova lógica e tecnologia das informações revertem essas definições estáticas, na medida em que, utilizando o computador, passa a ser possível comprimir em pequenos espaços informações que ocupam fisicamente espaços infinitamente maiores, realizar operações em milésimos de segundos, muitas delas inviáveis para os seres humanos, além da possibilidade do estabelecimento de redes que interligam as localidades mais distantes, contemplando o mundo inteiro. A convergência de todas essas potencialidades torna ainda mais impalpáveis as idéias de tempo e espaços.

O novo papel das informações e suas formas de disseminação transformaram também os meios de comunicação. Esse aumento do conhecimento transformou os meios de comunicação de massa tradicionais, que tinham por característica uma via única de informações, dos produtores para o público receptor, que era relativamente passivo nesse processo. Os novos meios, fazendo o uso dos computadores, alteraram essa relação, já que é possível percorrer caminhos diversos para buscar e processar as informações, tornando a apreensão das mesmas um processo muito mais ativo para o receptor, que personaliza seu caminho até o conhecimento. Além disso, os membros de uma sociedade em rede passam a ser todos potenciais emissores de informação, tornando todo o processo de recepção e produção de conhecimentos muito mais horizontal que nos meios tradicionais. Essa seria, portanto, a “era da mídia desmassificada”, onde “uma nova esfera de informação está imergindo, ao lado de uma nova esfera técnica.”<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> BELL apud KUMAR, 1997, p. 22

<sup>5</sup> Ibidem, p. 23

<sup>6</sup> TOFFLER apud KUMAR, ibidem p. 23

É preciso esclarecer uma diferença básica para o entendimento de informação e conhecimento na nova sociedade da informação. A força da informação, ao contrário do que acontecia em outras épocas, está em seu partilhamento, e não na centralização dos conhecimentos e informações em um só pólo. A riqueza encontra-se na reaplicação desses conhecimentos, como explicou Castells, criando um ciclo de realimentação contínua, favorecendo cada vez mais desenvolvimento de tecnologias voltadas para novas formas de lidar com a informação. Esse investimento tem aplicação imediata, sempre na busca de novos sistemas de processamento de informação, o que alimenta o seu rápido desenvolvimento. Fica evidente o porquê da grande velocidade nesse processo, que se intensificou entre os anos 70 e 80 do século passado, nesse mecanismo de alimentação contínua pelo avanço tecnológico. Nesse contexto, a comunicação assume um papel central na busca do aprimoramento dessas técnicas e mecanismos de disseminação de informação, já que o processamento e o compartilhamento do conhecimento é o que alimenta o desenvolvimento e o aproveitamento pleno das novas tecnologias.

A formação das redes de informação, e suas intensas alterações na lógica da sociedade, só tomaram as proporções de modificadoras de toda uma realidade devido ao surgimento da internet. A internet é a rede que possibilita a distribuição da informação e do conhecimento em escala global, o que respondeu plenamente às necessidades do contexto histórico no qual procriou o desenvolvimento das novas tecnologias. Como define Castells, “A internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede”<sup>7</sup>.

## 2.2 – Breve histórico do surgimento da internet

A internet surgiu, assim como o computador, tendo como finalidade servir a esquemas militares americanos, no momento auge da guerra fria. A corrida pelo avanço no desenvolvimento das novas tecnologias era justificada pela conjectura política, principalmente pela necessidade de dar uma resposta ao lançamento do Sputnik, o primeiro satélite artificial da terra, lançado pela União Soviética. Uma das providências

---

<sup>7</sup> CASTELLS, Manuel. “A Galáxia da Internet – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade”. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999 p.7

tomadas na época foi a criação de uma rede de computadores, montada em 1969, pela ARPA<sup>8</sup>, agência essa que por sua vez havia sido criada com o objetivo de unir esforços na pesquisa para consolidar uma superioridade tecnológica sobre a União Soviética, estimulando a pesquisa em computação interativa. A rede montada por essa agência, em 1969, tinha o nome de Arpanet, que foi o embrião da internet que conhecemos hoje e serviu, inicialmente, como uma forma de integração entre os vários centros de computadores e grupos de pesquisa da agência, para que eles pudessem compartilhar on line, por meio do computador, os avanços que iam sendo conquistados.

A partir da primeira rede, criou-se a necessidade de integrar a Arpanet a outras redes de computadores, e foi nesse contexto que surgiu o conceito de uma rede de redes. Mais tarde, em 1975, a Arpanet foi transferida para o controle do DCA<sup>9</sup>, que criou a conexão entre outras redes sob seu controle. No final dos anos 70, redes com finalidades acadêmicas já funcionavam sem nenhum tipo de ligação direta com o governo dos Estados Unidos. Em 1983, com preocupações relativas à segurança das informações que corriam nessa rede, o DCA resolveu criar uma outra rede específica para questões militares, o que transformou novamente as atividades da Arpanet, que foi renomeada e tornou-se a Arpa-Internet, dedicada agora exclusivamente à pesquisa.

Em 1984, a NSF<sup>10</sup> fundou sua própria rede, integrando, a partir de 1988, a infraestrutura física da Arpa-Internet. Ainda nos anos 80, usuários domésticos dos computadores também já começaram a compartilhar, por meio de modems conectados a linhas telefônicas, as suas máquinas, com troca de arquivos e a criação de grupos virtuais. Essa tradição de troca de informações ficou conhecida, no seu começo, com o nome de *bulletin board systems* (BBS), ou sistema de quadro de avisos. Mas foi apenas a partir da criação de uma rede dedicada a um desses sistemas de BBS, que recebeu o nome FIDONET, que esses usuários começaram a se comunicar mais diretamente, trocando arquivos de mensagens entre os usuários.

O uso de sistemas operacionais que tinham seu código fonte aberto às modificações influenciou decisivamente o futuro do desenvolvimento da internet, que foi ganhando independência em relação ao primeiro modelo, da Arpanet. A idéia

---

<sup>8</sup> Advanced Research Projects Agency, formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos EUA.

<sup>9</sup> Defense Communication Agency.

<sup>10</sup> National Science foundation



principal que ilustra essa característica é a de uma “rede de arquitetura aberta” <sup>11</sup>. Essa cultura comunitária evidencia o papel social desse meio que passa a servir para a cooperação e integração simbólica de toda a sociedade. A tendência de compartilhamento deu origem, em 1984, à criação da *Free Software Foundation*, que substituiu o conceito de copyright, que mantém os avanços protegidos, para a de copyleft, que abre as conquistas a quem estiver disposto não só se utilizar dos sistemas, e sim de aperfeiçoá-los e, a partir daí, redistribuí-los pela internet, criando um ciclo de aprimoramento sem fim dos sistemas. Foi dessa forma que, em 1991, surgiu o Linux, sistema operacional livre mais utilizado e difundido até os dias de hoje.

Em 1990, o governo dos Estados Unidos passou a administração de sua internet para a NSF. Esse controle durou pouco, pois analisando o estágio em que a tecnologia de rede computadores se encontrava, já em domínio público, assim como as telecomunicações, que não tinham ainda sido devidamente reguladas, a melhor solução encontrada foi a de privatizar a internet. Por essa época, os fabricantes de computador já incluíam nas máquinas os mecanismos necessários para se entrar em rede. Paralelamente a esse processo de privatização, foi desenvolvida a WWW, gerida por um dos centros de pesquisa avançada em física nuclear mais importantes do mundo, o CERN. A *world wide web* é uma aplicação de compartilhamento de informações, de organização da informação e dos arquivos em rede que acabou integrando o mundo todo.

O primeiro navegador comercial surgiu em outubro de 1994, com o nome Netscape Navigator. O Explorer, da Microsoft, que é o mais utilizado hoje em dia, foi lançado em 1995, junto com o seu sistema operacional, o Windows.

### 2.3 – A sociedade em rede

Uma vez que as tecnologias estavam disponíveis e em pleno desenvolvimento, as modificações trazidas começaram a influenciar todos os campos da sociedade. Essa nova sociedade que surge se baseia em um sistema de redes que, proliferando em um mundo globalizado, interliga a sociedade em seus diversos campos, integrando os mais diversos atores. As pessoas que ficam de fora desse processo acabam se tornando um

---

<sup>11</sup> CASTELLS, 2003, p. 28

novo tipo de excluídos, o que de certa maneira se associa às antigas formas de exclusão, que nunca deixam de existir, apenas se transformam de acordo com as modificações da sociedade.

No campo social, uma grande modificação com a ascensão da internet foi a criação de interações on-line entre os indivíduos, com o surgimento de verdadeiras comunidades virtuais se desenvolvendo por intermédio do computador. Essas comunicações podem ser feitas das mais diversas maneiras, sendo sua faceta mais comum a do uso de e-mails. Entretanto, existem outras formas interação que dizem um pouco mais a respeito do público usuário do meio virtual, quando o mesmo se agrupa nas chamadas comunidades virtuais, de acordo com preferências. Esse novo suporte tecnológico possibilita, inclusive, uma forma de interação entre os indivíduos que de certa forma imita “o mundo real”, onde as pessoas se aproximam de acordo com seus interesses e particularidades. Nas comunidades virtuais, a idéia que predomina é a da cooperação entre os membros, para que possam compartilhar informações e conhecimentos e, conseqüentemente, aprender mutuamente. Isso cria certa responsabilidade social individual nas redes, já que é o indivíduo quem se responsabiliza pelas informações adicionadas e compartilhadas, de forma que se ele pretende receber informações confiáveis, deve também proceder da mesma forma.

É preciso considerar, entretanto, que na internet, nem sempre o indivíduo é o que diz ser – o que também ocorre no mundo real físico, não virtual. Na internet, utilizando-se da possibilidade do anonimato, as pessoas podem inventar seus personagens da forma que desejarem. Apesar dessa possibilidade, como declara Nancy Baym, “provavelmente a maioria dos usuários sociais da comunicação mediada por computador criam personalidades on-line compatíveis com suas identidades offline”<sup>12</sup>. Essas experiências de criação de personalidades diversas das reais existem e se proliferam na internet, mas não parece que cheguem ao ponto de definir como característica essencial do meio, ou de comprometê-lo fortemente. Em geral, as pessoas procuram se agregar às comunidades que verdadeiramente correspondem aos seus interesses.

Seguindo a linha de que na internet não está em oposição ao “mundo real”, esse espaço virtual nem sempre é tão “amigável”, podendo também ser palco para conflitos de opiniões, refletindo o que acontece fora da rede virtual. Isso reforça a idéia

---

<sup>12</sup> BAYM, Nancy apud CASTELLS, 2003, p. 100

de que esse novo meio reflete o real, apenas com formatos e possibilidades diferentes de comunicação.

A grande heterogeneidade que constitui a internet possibilita que vários setores da sociedade encontrem espaço e eco para suas idéias e preferências no meio virtual. Inclusive em questões relativas a preferências que de alguma forma constroem o indivíduo no mundo real, mas que no virtual, novamente devido à possibilidade do anonimato, não constituem barreiras para a livre expressão. Nesse sentido, a internet pode ser um meio mais adequado a certos tipos de interação social, mais que o contato face a face. Dessa forma, podemos dizer que apesar de a internet, como afirma o senso comum, tornar mais escassas conversas e interações que poderia se dar de forma presencial, por outro lado ela possibilita outras formas de contato que não vingariam em outro tipo de ambiente que não fosse o virtual. As interações no meio virtual não pretendem nem poderiam substituir encontros físicos. São apenas uma maneira adicional de se comunicar, criada a partir das novas tecnologias que já estão integradas em ações do dia-a-dia da sociedade da informação.

Com o crescimento veloz do número de usuários se utilizando da internet, apesar de essa parcela ainda não abarcar e representar contundentemente todas as classes sociais, é evidente que os domínios da sociedade em rede se ampliam cada vez mais rápido na direção de interligar toda a sociedade em uma grande rede. A internet já está integrada a grande parte das atividades que fazem parte do cotidiano de toda a sociedade. Desde operações no campo profissional, passando por ações rotineiras como operações bancárias, até as atividades mais pessoais, como o envio de e-mails, o uso de programas de conversação on-line, etc. Essa rede, constituída em cima da união entre desenvolvimento tecnológico e sua reaplicação em si mesmo, onde o uso do conhecimento alimenta o próprio conhecimento, é cultivada, aprimorada e aproveitada pelas mesmas pessoas. Como explica Castells<sup>13</sup>:

Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia (...) Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo.

As elites de hoje, que são aquelas que melhor conseguem se relacionar com as tecnologias da informação, entendendo sua lógica, mais uma vez tornam esse processo favorável a elas, uma vez que usam dessa tecnologia para aprender e aprendem ao mesmo tempo em que as criam. Já o público em geral aprende apenas com o uso, sem a preocupação com o desenvolvimento e com um pensamento mais amplo. O grande diferencial do indivíduo na “era da informação” passa a ser, portanto, a passagem de receptor passivo para ator participante dessa sociedade baseada no conhecimento, contribuindo e aprendendo com as novas formas de lidar com a informação. No mundo globalizado em que vivemos, a troca e partilhamento de informações torna-se requisito básico para a evolução e o crescimento em todas as áreas que perpassam o tecido social.

A comunicação social assume, então, grande responsabilidade nesse processo de pensamento e gestão do conhecimento e das informações. Apesar do grande avanço tecnológico, o mesmo não teria sido possível e nem caminharía adiante, num ciclo de realimentação e evolução, se não houvesse o material humano por trás, com sua criatividade e iniciativa para alterar os rumos dessa sociedade.

Pensando em grandes Instituições que se pretendem competitivas e bem sucedidas na sociedade atual, o caminho que se apresenta é o de que seus profissionais sigam esse molde, não sendo guiados, mas guiando, para que a instituição consiga se posicionar estrategicamente na “era da informação”. Para isso, é preciso avaliar, planejar e implementar as melhores formas de compartilhamento e gestão de informações. Um dos modelos possíveis para o melhor aproveitamento do conhecimento e das informações geradas em uma empresa ou instituição, que se utiliza da idéia de uma sociedade em rede e que foi escolhido para a análise a partir de aqui, é o uso de Portais.

### 3 – As instituições em rede: A uso da internet e a criação de portais como ferramenta de apoio para a Comunicação Institucional

Na Era da Informação, a comunicação social em empresas assume um papel de destaque, na medida em que a matéria prima de ambas passa a ser a mesma, a informação. Em muitos casos, já não é mais preciso convencer as direções da importância dessa área para o pleno desenvolvimento das atividades institucionais – não daquelas que acompanham a evolução da sociedade, que percebem o alto grau de modificação ao qual estamos expostos.

Em uma instituição pública, sem fins lucrativos, a missão de compartilhar conhecimento e divulgar informações é ainda mais basal, já que esse tipo de organização tem como fim maior servir à sociedade. Criando processos e caminhos para uma melhor comunicação com seu público externo, com seus parceiros e, tão importante quanto, com o público interno, a instituição aprende a trabalhar estrategicamente em rede. Analisaremos a seguir uma das formas possíveis para promover essa maior integração e interação, tanto do público interno como o externo, que usa a internet como suporte: os portais.

#### 3.1 – Comunicação Institucional na Era da Informação e o uso da internet

As áreas de comunicação dentro das instituições, nos últimos anos, têm observado a movimentação em direção à valorização de suas atividades, que ganham cada vez mais atenção e respeito do todo institucional. As direções já conseguem enxergar melhor a importância estratégica das atividades de um profissional de comunicação. Já percebem que sua função extrapola a mera divulgação de informações, tendo agora participação ativa na evolução da inteligência da empresa. Quando falamos em comunicação, abrangemos diversos tipos de profissionais, entre jornalistas, publicitários e relações públicas. Nesse trabalho o nosso foco é o trabalho do jornalista, as formas com que esse profissional pode atuar, apontando as ferramentas que podem facilitar suas atividades, e também a importância da integração e troca com os demais profissionais de seu ramo.

No contexto da Era da Informação, já previamente definido, as atividades de comunicação institucional ganharam uma nova dimensão e se redefiniram em direção a uma maior integração entre suas diversas atividades, e, principalmente, com os diversos públicos com quem a instituição se relaciona.

Antes de chegar na etapa de reconhecimento em que a comunicação se encontra, evidenciada pela “era da informação” em que vivemos, essa área percorreu um longo caminho, que se iniciou, como conceito, aproximadamente nos anos de 1970. Antes dessa época, as atividades de tal competência eram feitas de forma fragmentada, sem nem possuir, muitas vezes, uma área única que exercesse as funções da comunicação. Esse tipo de atividade era feita por profissionais de outras áreas e setores diversos. Por essa época, as ações mais valorizadas eram as de publicidade, pois a visão era a de que traziam um maior retorno que as demais ações de comunicação. Aquelas que não apresentavam esse retorno imediato eram vistas como despesas no orçamento apenas, e não como investimento para a empresa.

Após muito esforço de profissionais de comunicação, a situação começou a se modificar. Fatores como a criação, em 1967, da Aberje (Associação Brasileira de Editores de Revistas e Jornais de Empresas), e a coincidência com a implantação dos primeiros cursos de comunicação social em nosso país, favoreceram a modificação das atividades na área.

Uma vez possuindo profissionais formados, a atuação da comunicação começa a se alterar sensivelmente. O processo continuou evoluindo nos anos de 1980, com o jornalismo empresarial e as redações dos house-organs, intensificando ainda o contato com a imprensa. Em meados dos anos de 1980, a empresa Rhodia cria uma pioneira “Política de Comunicação Social”, primeiro projeto de comunicação social de uma empresa a ser esquematizado. Essa iniciativa foi outro ponto marcante para a mudança na visão da área de comunicação em empresas e instituições.

É preciso abordar, nesse momento, que são evidentes certas diferenças de objetivos entre as empresas e as instituições. Mas essas diferenças se tornam menos antagônicas na Era da Informação. A comunicação passa a funcionar de forma integrada, centralizada, unindo os diversos esforços de uma equipe multidisciplinar.

Como explica Bueno<sup>14</sup>, “as vertentes institucional e mercadológica deixam de ser percebidas como distintas porque estão umbilicalmente associadas ao negócio, à visão e à missão da organização”.

É preciso destacar, também, a diferença entre a área de comunicação de uma empresa e sua assessoria de imprensa. A assessoria de imprensa, como o nome diz, trata da relação da instituição com a mídia em geral e com o público externo, uma forma de prestar contas à sociedade, principalmente no caso de uma instituição pública. Já o papel da comunicação social como um todo abrange um número muito maior de atividades e atores, e diz respeito ao planejamento estratégico da toda a área. Esse papel maior é o escopo da assessoria de comunicação social, que, segundo Boanerges Lopes<sup>15</sup>, tem como atribuições:

Facilitar o acesso dos grupos externos às realizações de uma empresa ou instituição, por meio de uma linguagem simples e organizada, mediada pelos meios de comunicação, além de promover a integração e satisfação de segmentos internos que convivem e sustentam essas duas estruturas organizacionais.

Essa diferenciação se faz necessária para que uma instituição não se prejudique, considerando o processo complexo da comunicação como simplesmente a assessoria de imprensa, restrito às atividades de jornalistas. Sem dúvida, o contato com a imprensa tem um papel muito importante para o desenvolvimento da comunicação como um todo, mas não é suficiente para representar a comunicação institucional como um todo.

Com a ascensão da “era da informação”, os processos da comunicação se alteraram bastante, passando a se basear em uma maior integração e cooperação entre as diversas áreas que compõem uma instituição, além da articulação mais direta com os diversos públicos que precisavam ser atingidos, tanto interna quanto externamente.

Para atingir essa nova forma de enxergar e trabalhar as diversas vertentes da comunicação, o papel de um planejamento integrado da área se fez necessário para as instituições. Todas as áreas, nesse momento, devem ser vistas como um só motor que busca um objetivo comum. Tanto o jornalismo, quanto as relações públicas e

---

<sup>14</sup> BUENO, Wilson da Costa. “Comunicação Empresarial – teoria e pesquisa”. São Paulo: Manole, 2003 p. 8

<sup>15</sup> LOPES, Boanerges. “O que é Assessoria de Imprensa”. São Paulo: Brasiliense, 2003. p.9

profissionais de propaganda e marketing. Conquistar a confiança do público, com uma ‘marca’ forte é também uma atribuição das instituições, mesmo que o objetivo não seja o mesmo das empresas privadas, de conseguir algum lucro direto com esse posicionamento. Nas instituições públicas, o público a ser atendido passa a ser a sociedade como um todo, e por isso essa clareza e confiabilidade se tornam essenciais para que as atividades da instituição respondam adequadamente às responsabilidades que lhes são impostas.

As novas tecnologias trouxeram uma série de novas oportunidades para a atuação dos profissionais de comunicação. Como afirma Wilson da Costa Bueno<sup>16</sup>, a área de comunicação, que agora atua ativamente no desenvolvimento da inteligência institucional:

...se estrutura para usufruir das potencialidades das novas tecnologias, respaldar-se em bancos de dados inteligentes, explorar a emergência de novas mídias e, sobretudo, maximizar a interface entre as empresas, ou entidades, e a sociedade.

O uso da nova tecnologia, com a construção de páginas na internet, pode ser feito de forma enriquecedora para a instituição, desde que não seja mera transcrição do organograma e de folhetos institucionais. Ao contrário, essas novas mídias devem ser usadas com o propósito de alcançar os novos objetivos propostos na “era da informação”, de integrar, trocar conhecimentos mutuamente, sempre pensando na interatividade com os diversos públicos .

Somente a tecnologia não garante o sucesso da comunicação institucional. É preciso entender e saber usar adequadamente as possibilidades. A interatividade passa a ser o maior trunfo dessa nova tecnologia para se conhecer melhor os públicos, e com isso aprender mais e melhorar os serviços e atividades desenvolvidas. As ferramentas que a internet possibilita são várias: e-mails, videoconferências, comunidades de discussão, bate-papo em tempo real etc. Pensando em todas essas possibilidades, nos parece interessante um meio que possa uni-las todas, concentrando em uma só página da internet todos esses serviços, quando referentes a um tema ou instituição específica. Um meio que oriente o público, tanto externo quanto interno, a encontrar as informações desejadas, além de ser um canal de troca direta entre as diferentes esferas de uma

---

<sup>16</sup>

BUENO, 2003, p. 8.



instituição. Para a adoção dessa ferramenta, é preciso primeiro conhecê-la melhor, avaliando se a instituição tem condições de mantê-la funcionando adequadamente. Essa ferramenta é o portal, que será conceituado a seguir.

### 3.2 – Conceituação de Portal: características

Quando falamos em Portal, podemos entender esse conceito como o de uma página na internet que serve de entrada para diversos serviços e outras páginas, como um ponto central que possui grande conteúdo hipertextualizado. Os portais oferecem serviços como notícias, e-mails gratuitos, salas de bate papo, e congregam um variado conteúdo organizado para o tipo de público que pretende atrair – sendo esse segmentado ou não.

Em grandes portais comerciais, que constituem a origem desse formato de página na internet, o interesse é o de atrair o número máximo de internautas possível. Por isso, seu conteúdo é constituído por uma miscelânea de assuntos e possíveis interesses.

A situação se altera quando pensamos em um portal criado para servir a uma instituição, onde o importante é pensar especificamente em seus públicos alvos, organizando toda a informação que ele precisa nessa página central que serve como um orientador do caminho para as demais páginas a ela hiperlinkadas. Hiperlink é um caminho, uma ferramenta que a internet oferece, que faz a ligação de certo termo a uma outra página ou documento, criando um caminho cada vez mais especializado a quem se interessar. O conceito será aprofundado adiante nesse mesmo trabalho.

Antes de pensar a execução de um projeto de portal, é preciso conhecer melhor o nascimento e especificidades de seu conceito, para que se possa decidir se essa é mesmo a melhor opção para dada instituição.

A idéia de Portal surgiu com as grandes páginas comerciais, que perceberam o tamanho da visibilidade e da audiência que teria uma página que servisse de guia para a navegação pela internet, onde realmente um usuário pode se perder em meio ao “mar de informações” que se apresentam. A primeira iniciativa criada para contornar esse excesso de informações foi a criação de mecanismos de busca, que podem ser considerados como os primórdios do conceito de portal.

Esses grandes portais iniciais, como por exemplo o yahoo, surgido nessa época, eram empresas essencialmente virtuais que serviam unicamente como serviço de busca, ou uma espécie de “páginas amarelas”<sup>17</sup> da internet. Por meio desses mecanismos os usuários se orientavam na rede mundial de computadores.

Na busca pela dianteira no avanço da comunicação via internet, esses portais passaram a diversificar suas possibilidades, adicionando documentos e sites sobre os mais diversos assuntos que poderiam interessar ao grande público que acessava a internet. A partir daí, começou-se a pensar novas formas de envolver o público com os portais utilizando as possibilidades que a internet oferece, de grande e até mesmo imediata interatividade entre pessoas que se encontram nessa rede. A nova ferramenta passou a atrair também empresas que não eram conceitualmente virtual, como grupos de comunicação e empresas comerciais tradicionais. Foi então, a partir desse momento de agregação de ferramentas mais personalizadas e de interatividade, que o conceito de portal se ampliou e se tornou o que é hoje.

Os portais, sendo uma porta de entrada para que os usuários construam seu caminho pela internet, usando como ponte os hipertextos, oferecendo uma variada gama de serviços, passam então a ter uma audiência massiva, o que atrai o interesse comercial e publicitário em relação à ferramenta.

Para melhor entender os usos propiciados pelos portais, é preciso esclarecer as diferenças entre os variados tipos de portais existentes na rede hoje em dia. Consultando bibliografia sobre o assunto, passaremos à divisão em duas categorias de portais: os horizontais e os verticais. Podemos dizer que os portais horizontais são os grandes portais comerciais, que servem de porta de entrada para toda a internet, organizando todo o conteúdo abaixo dele. Oferecem uma série de serviços, como e-mails, previsão do tempo entre outros, tudo oferecido de forma gratuita, para atrair o grande público. Como define Pollyana Teixeira, os portais horizontais<sup>18</sup>:

---

<sup>17</sup> BARBOSA, Suzana - “Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia” - dissertação de mestrado. Bahia: UFBA, 2002 –disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf>

<sup>18</sup> TEIXEIRA, Pollyana . “Usabilidade e Exercício do Jornalismo dentro do formato Portal no Brasil”. dissertação de mestrado. São Paulo: ECA – USP, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/teixeira-pollyana-exercicio-do-jornalismo.pdf>

Possuem um público alvo focado numa audiência de mídia de massa, com alto tráfego de usuários e pouca segmentação. Buscam atrair e fazer com que o usuário permaneça o maior tempo possível navegando no portal; conquistando assim a fidelidade do usuário.

Os portais horizontais são sustentados por patrocinadores publicitários, que têm nessa página uma grande visibilidade para seus serviços e produtos.

O conceito de Portal que nos interessa nesse trabalho, porém, é outro. Em se tratando de uma instituição, o que melhor responde às necessidades que se apresentam é um portal vertical, que é aquele que organiza informações especializadas para um dado público-alvo. O assunto ou conjunto de assuntos tratado no portal é direcionado à seus públicos, sem pretensões de que ele permaneça em seu site mais tempo do que o necessário para conseguir a informação que deseja. O que se pretende é que sua navegação pelo site seja o mais direta e frutífera possível - a fidelidade se dá pelo conteúdo, e não pelo tempo gasto na navegação. Como define Pollyana Teixeira, “é o perfeito casamento entre comunidade e conteúdo, uma vez que permite a personalização e a interatividade com o usuário”.

Essa cumplicidade entre instituição e comunidade, tanto interna quanto externamente, é muito benéfica para criar uma integração produtiva. Os mecanismos que um portal possibilita para promover essa aproximação são inúmeros: mecanismo de busca interna, chats, comunidades virtuais, enquetes, e toda a sorte de ferramentas para que haja essa troca, esse feedback entre instituição, público interno e público externo. O que se cria é uma grande rede de colaboração e aprendizagem mútua.

Pensando em uma instituição sem fins lucrativos, que tem seu orçamento baseado em dinheiro público, verba federal, vem à tona a questão de que o uso da ferramenta deve ser feito de forma a atender o mais eficientemente possível ao público usuário, já que é esse que paga, diretamente e necessariamente por meio de impostos, o valor que posteriormente é transferido para as instâncias públicas e seus projetos. Dinheiro que é encaminhado, por exemplo, para o pagamento dos profissionais necessários à criação e alimentação de um portal público institucional.

O conceito de portal pode ainda se subdividir em mais categorias, abordadas por outros autores, algumas que se aproximam das acima definidas, como as duas

estabelecidas por Cláudia Dias<sup>19</sup>: em relação ao contexto de utilização podem ser públicos ou corporativos; e em relação à sua função, podendo ser a de suporte de decisão e/ou processamento corporativo. Os portais públicos são os supra citados portais horizontais, que precisam atrair o usuário e mantê-lo on-line a maior parcela de tempo possível. Os corporativos são os que servem a algum negócio específico, com variados serviços que podem a ele ser adicionados, tais como “sistemas de inteligência de negócios, gestão de documentos, automação de escritórios, *groupware* (ferramenta cooperativa de trabalho em grupo), *data warehouse* (grande repositório de dados, elaborado com a finalidade de dar suporte ao processo decisório estratégico da empresa), intranet”<sup>20</sup>. A terminologia de portal corporativo, como é esclarecido pela mesma autora, ainda não é definitiva, devido à sua recente aplicação.

Outro tipo de nomenclatura de portais que serve bem a uma instituição é a de portal do conhecimento, que une em si a idéia de um portal de informação, que dá acesso aos mais diversos conteúdos em uma única interface, mais a idéia de portal de cooperação, que fornece ferramentas para o processamento cooperativo das informações e a de um portal de especialistas, que unem informações e serviços que interessam a uma categoria específica de profissionais que podem se comunicar em tempo real por meio do portal.

É preciso tomar cuidado para analisar bem a possibilidade de implantar um portal na instituição. Apesar de todas as funcionalidades que pode oferecer, além de todas as outras conseqüências positivas que pode trazer para a instituição, esse portal demanda também um investimento em tecnologia e pessoal para cuidar devidamente dessa ferramenta. A alimentação dos conteúdos, por exemplo, deve ser sistemática, para que o portal seja sempre mantido atualizado, ou perderia sua credibilidade junto ao seu público usuário.

Todas essas questões devem ser pensadas e devidamente planejadas, antes de se adotar a ferramenta. Além disso, alguns conceitos precisam estar claros na mente do desenvolvedor do portal, para que o mesmo constitua efetivamente uma ferramenta de integração e gestão de conhecimento, que sirva aos seus públicos-alvos.

---

<sup>19</sup> DIAS, Cláudia Augusto apud BARBOSA, 2002

<sup>20</sup> Ibidem

#### 4 – Planejando a implementação de um portal: pontos a serem seguidos

Conhecendo as características de um portal, com suas múltiplas possibilidades, percebe-se que sua adoção pode ser benéfica para o enriquecimento da comunicação em uma empresa ou instituição, e também para a integração de seus profissionais. Mas antes de adotar o portal, algumas etapas devem ser detalhadamente planejadas, inclusive analisar se essa é mesmo a melhor opção para a instituição. Além disso, o conhecimento de alguns conceitos característicos da mídia digital é necessário para que o portal cumpra sua função de facilitar a navegação do usuário. Esse capítulo tratará de algumas dessas etapas prévias à construção de um portal.

##### 4.1 – Planejamento de Comunicação.

As confusões associadas ao conceito de comunicação organizacional/empresarial/institucional, dentre outras, podem comprometer o pleno desenvolvimento do trabalho da área de comunicação social, com todas as suas ramificações e subdivisões, dentro de uma instituição.

Muitas empresas têm o pensamento equivocado de que comunicação é mera divulgação. É comum que a cada nova gestão em empresas os dirigentes sugiram a criação de um novo boletim, jornal, etc. Como não há um pensamento mais permanente e logicamente estruturado – dentro de regras técnicas e propostas de viabilização – sobre o que se necessita comunicar, esses veículos acabam sendo usados como forma de promoção do dirigente, dando uma falsa impressão de que há, nessa nova gestão, uma preocupação com a comunicação.

Pessoas que não possuem uma visão que considere a comunicação como campo estratégico, que apresenta resultados a longo prazo, tendem a exigir dessa área resultados imediatos, tentando gerir em uma área que não lhes diz respeito.

Muitos profissionais de comunicação sofrem com esse tipo de pressão em suas empresas, tendo que aceitar as sugestões, quando não as imposições, que vêm de instâncias superiores que não compreendem o tempo necessário a concretização de um projeto.

A criação de produtos de comunicação sem planejamento, como no exemplo dos boletins sem um objetivo definido, demonstra esse tipo de afobação típica da visão da comunicação como mera promoção, ou ainda como propagação irresponsável de informações. Muito do que é feito com responsabilidade no campo da comunicação é intangível, daí a dificuldade de legitimação desse longo e invisível trabalho.

A criação de uma política de comunicação social para uma empresa/organização/instituição ou pessoa pode ajudar a iluminar o papel e os objetivos da área para os profissionais de outras competências. Esse plano funciona em um âmbito mais geral da instituição, dando legitimação às ações da comunicação, mas seus princípios funcionam também para projetos específicos e, no caso analisado, para a construção de um portal.

No momento em que se decide criar um portal institucional para dada empresa ou instituição, é necessário que se debruce em questões básicas do planejamento de comunicação que muitas vezes são negligenciadas. Esses questionamentos devem ser feitos sempre que se pensar na formulação de qualquer projeto ou produto de comunicação, em quaisquer suportes. São questionamentos nem sempre simples, mas altamente necessários e que, se definidos clara e objetivamente, podem fazer a diferença para uma ação futura bem sucedida.

Na forma mais objetiva que se pode considerar o planejamento de um produto ou ação de comunicação, Harold Lasswell definiu uma fórmula que pode parecer óbvia, mas que pode mudar o rumo de uma estratégia de comunicação. Muitas empresas que não dedicam o tempo necessário a responder esses questionamentos acabam despendendo um tempo maior que o necessário, na base da tentativa e erro, para conseguir atingir seus objetivos. A fórmula é simples: “Quem diz o quê, em que canal, para quem, com que finalidade.”

Seguindo esse raciocínio e o adaptando para o objeto de análise aqui escolhido, a primeira coisa a ser questionada é: Para quê o portal é construído? Essa pergunta ajuda a estabelecer mais claramente quais são os objetivos a serem alcançados com essa nova forma de comunicação institucional. Uma vez estabelecidos os objetivos, deve-se pensar no público, em quem esse portal pretende alcançar. É a partir dessa informação que se vai adequar a redação das informações presentes no portal ao público alvo do mesmo.

Estabelecidos objetivo e público alvo, é preciso pensar, dentro das informações que se precisa comunicar, quais delas são adequadas ao público externo, e quais devem ficar restritas ao público interno. As que dizem respeito somente à instituição são mais adequadas ao portal corporativo, conceito que será abordado mais adiante. É preciso, ainda pensando no conteúdo, ter cuidado para não colocar informações em excesso.

O objetivo de um portal é justamente organizar todas as informações necessárias a certo tipo de usuário em uma única página. É servir de guia, orientação para uma informação já filtrada e qualificada. É importante lembrar que o problema da internet como novo meio de comunicação é justamente o excesso de informação, e não a falta dela. Por isso a necessidade desse pensamento cuidadoso sobre o que realmente é relevante e adequado para que se publique em um portal.

Outra questão que merece atenção é sobre qual é a melhor forma de se publicar a informação. A internet oferece variadas ferramentas para a apresentação de conteúdos, e cabe ao planejador da comunicação pensar qual é o mais adequado para atrair e satisfazer as necessidades do público alvo. Sobre essa questão, diversas variáveis devem ser consideradas, como por exemplo a possibilidade de uso de softwares muito avançados, com apresentações altamente atrativas, mas que não podem ser visualizados na maioria dos pcs, a não ser o daqueles que acompanham de perto as rápidas mudanças tecnológicas desse suporte.

Sendo um portal caracterizado especialmente pelo nível de contato com o público, é preciso planejar bem qual o tipo de interação que se deseja com o usuário. Essa variável, não prevista na fórmula de Lasswell, é fundamental quando se pensa em um produto de comunicação no meio virtual. Novamente são variadas as possibilidades que a internet disponibiliza para o contato com o público. Algumas delas serão abordadas mais detalhadamente adiante.

O importante é avaliar a opção e pensar se há uma real necessidade de criação um portal, observando ainda se há viabilidade e oportunidade para desenvolver o projeto de forma completa e eficiente. Para isso, é preciso, previamente, ter claro em mente as características que constituem um portal, com a grande ênfase no contato com o usuário, característica do meio internet em geral, evidenciada quando se decide pela criação de um portal, como já foi abordado anteriormente. Mais que o conhecimento da definição conceitual, fica evidente a importância do planejamento e do pensamento de

comunicação, que deve estar presente não apenas no momento de elaboração do portal, mas em todas as etapas que virão a seguir.

#### 4.2 – Arquitetura de Informações

A arquitetura de informações trata da organização e formatação das informações (texto, imagens, gráficos, entre outros) que constituem o conteúdo de um site, de apresentações multimídia e de programas de hipermídia. O Arquiteto de informações é o profissional de editoração que realiza esse trabalho.<sup>21</sup>

A arquitetura de informações em um site diz respeito à organização estrutural dos conteúdos disponíveis ao público usuário. O próprio termo ‘arquitetura de informação’, cunhado pelo arquiteto Richard Saul Wurman<sup>22</sup>, deixa claro o significado dessa atividade ao fazer o paralelo com o trabalho de um arquiteto: é preciso planejamento, definição clara do que se deseja construir, a quem é preciso atender, e um ‘desenho’ que atenda e responda especificamente às necessidades do cliente/usuário. No caso, o cliente é o usuário do site ou portal que está sendo pensado e construído. Esse objetivo pode ser alcançado por meio da organização de dados, tornando o que é complexo, claro. O arquiteto de informação deve trabalhar sempre tendo em mente facilitar ao máximo a navegação do usuário pelo seu site/portal. As informações devem ser deixadas claras, compreensíveis, e os conteúdos organizados de forma hierárquica.

Em um site ou portal em que a Arquitetura de Informações esteja bem feita, os usuários devem conseguir chegar aos conteúdos de forma intuitiva. O arquiteto de informação deve distribuir as informações em um site de forma que as mesmas fiquem facilmente identificáveis, tendo como principal objetivo “defender os interesses do usuário e evitar que ele experimente momentos de frustração ao navegar”<sup>23</sup>. Há algumas orientações mais técnicas que dizem que, por meio de uma arquitetura eficiente, o ideal é ‘fornecer o que o usuário procura até no terceiro clique... O ideal é

---

<sup>21</sup> PINHO, JB. “Jornalismo na Internet”. São Paulo: Sumus, 2003

<sup>22</sup> Wurman usou o termo pela primeira em meados dos anos 1960 para descrever o que ele percebia como uma profissão emergente na época. Em 1996, com a evidência da internet e das novas tecnologias, lançou seu livro ‘Information Architects’, explicando sua abordagem e a de outros reconhecidos profissionais sobre a Arquitetura de Informações.

<sup>23</sup> DAUCH, Karin apud PINHO, 2003. p. 134



que se chegue na informação desejada já no segundo clique'<sup>24</sup>. A navegação, nesse modo, tem ligação estreita com a arquitetura de informações, já que deve oferecer meios para que o usuário encontre o caminho desejado dentro da estrutura de um site.

Os portais institucionais que não possuem uma arquitetura de informações bem estudada, planejada e executada, têm na organização de suas páginas o reflexo do organograma da instituição ou empresa. Esse modelo pode atender a alguns usuários internos à instituição ou empresa, pois estes estão familiarizados com sua estrutura e sabem bem onde buscar as informações que necessitam. Mas quando se fala em portal, deve-se ter em mente sempre o contato com um público externo e variado, com objetivos diversos e diferentes níveis de conhecimento institucional.

Existem sete princípios estabelecidos por Peter Morville e Louis Rosenfeld<sup>25</sup> que podem orientar o pensamento e o planejamento da Arquitetura de Informação em um site ou portal. A primeira palavra chave, segundo os autores, é **organizar**, que diz respeito às inúmeras possibilidades de construção de um ambiente digital, sendo necessária a organização tanto dos conteúdos principais quanto de suas áreas secundárias; a segunda é **navegar**, que diz respeito ao conhecimento do usuário e da forma com que ele navega pelos ambientes digitais; a terceira é **nomear**, escolher a melhor forma de identificar as diferentes áreas de um ambiente virtual, seja por meio de uma palavra ou ícone – uma espécie de rótulo; a quarta, **buscar**, sobre modos de indexar as informações de forma a tornar o mais facilitado possível o caminho de busca do usuário; a quinta, **pesquisar**, que deixa clara a importância de buscar junto ao usuário quais as informações devem estar disponibilizadas, qual é o conteúdo desejado no ambiente virtual que se quer construir; a sexta, **desenhar**, que faz um teste com o resultado final das demais etapas; e a sétima e última, **mapear**. Como é possível perceber, a atividade do arquiteto de informação exige uma série de planejamentos e ações complexas. É um trabalho cuidadoso e de grande responsabilidade. Como define Luiz Agner<sup>26</sup>:

---

<sup>24</sup> BEZERRA, Richelli apud PINHO. 2003, p. 135.

<sup>25</sup> Louis Rosenfeld e Peter Morville escreveram juntos o best seller '*Architecture for the World Wide Web*', considerada hoje a melhor referência para AI na web.

<sup>26</sup> AGNER, Luiz; SILVA, Fábio. "Uma introdução à disciplina de Arquitetura de Informação: Conceitos e discussões". Anais do 2º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro: ANPED, outubro de 2003

Esse cara - o arquiteto de informação - é a pessoa que mapeia determinada informação e nos disponibiliza o mapa, de modo a que todos possamos criar nossos caminhos próprios em direção ao conhecimento.

É importante esclarecer, entretanto, que somente um mapa de site não define a Arquitetura de Informações. Esse mapa é apenas uma ferramenta gráfica com a qual é possível desenhar o fluxo das informações de forma que as mesmas possam ser facilmente visualizadas.

Como parte de um produto de comunicação, a arquitetura de informações deve seguir questões comuns a qualquer plano de comunicação. Para isso, o arquiteto de informação deve: “definir a missão e a visão para o site; determinar o conteúdo e a funcionalidade do site; especificar como os usuários encontrarão a informação no site; e planejar como o site irá acomodar possíveis crescimentos e mudanças futuras”.<sup>27</sup> Para cumprir todas essas etapas, o ideal no momento da criação da arquitetura de um portal é que sejam considerados e, se possível, consultados, os profissionais e usuários de todos os níveis que de alguma maneira estarão envolvidos nesse portal. Especialmente devido à especificidade de um portal, com seu intenso contato com o público. Se o mesmo não se sentir contemplado ao acessar a página, o portal fatalmente fracassará em seus propósitos.

A arquitetura de informações é a base de todo o esquema de um site, ou, no caso analisado, de um portal, já que é pensando nela que serão constituídos os demais elementos, como design, interação, função, etc. Em um portal institucional, a arquitetura de informações não estará presente apenas na internet, mas também, e muito proveitosamente, na intranet, ou portal corporativo, termo que contempla melhor as mais novas e melhoradas definições dessa ferramenta de comunicação interna de instituições ou empresas. As ligações entre a arquitetura de informações e a construção de um portal corporativo serão analisadas adiante, no tópico de interatividade dos portais.

---

<sup>27</sup> ROSENFELD, Louis e MORVILLE, Peter. “Information architecture for the world wide web.” Sebastopol, CA: O’Reilly & Associates, 1998

## 4.3 – Usabilidade e Acessibilidade

### 4.3.1 - Usabilidade

O conceito de **usabilidade** é um dos pontos principais que devem ser pensados no momento de criação e desenvolvimento de um site ou portal. Assim como a arquitetura de informação, a usabilidade deve ser pensada em função de servir aos interesses do público usuário. A usabilidade pode ser medida observando se o usuário consegue executar a tarefa que deseja com sucesso, levando em consideração o que o atrapalha nesse processo e o que pode ser melhorado para que isso não mais aconteça. É preciso observar se esse público consegue executar bem sua tarefa, mesmo considerando os possíveis erros que possa cometer no caminho. Em resposta positiva, a usabilidade do site é eficiente.

A usabilidade é definida pela ISO<sup>28</sup> da seguinte forma: “Usabilidade é a eficiência, eficácia e satisfação com a qual os públicos do produto alcançam objetivos em um determinado ambiente”.

A usabilidade é, em grande parte, determinada pela junção de outros dois conceitos. O primeiro, já analisado aqui, é a arquitetura de informações, que diz respeito à organização e a estrutura lógica de uma página. O segundo é a interface, que pode ser considerada o ‘ponto de contato de um ser humano com uma máquina’<sup>29</sup>, ou seja, o ambiente gráfico, a ‘cara’, o significado visual de um site. Essa questão visual interfere muito na eficiência de um portal, já que ela é um dos determinantes para a facilidade ou dificuldade de navegação no ambiente virtual. Porém, apenas o visual agradável não é o suficiente para tornar um portal fácil de ser usado, objetivo da usabilidade.

Existem alguns conceitos, definidos por Mercovich<sup>30</sup>, que podem definir a usabilidade de um sistema ou ferramenta. O primeiro deles é a sua **utilidade**, que explica que devemos pensar na melhor ferramenta para executar as tarefas desejadas. Mais uma vez, assim como foi feito no momento da escolha do portal como melhor ferramenta para a instituição, é preciso um pensamento típico da comunicação, o pensamento prévio, o planejamento. O segundo conceito definido por Mercovich é o de

---

<sup>28</sup> A ISO (International Organization for Standardization) é uma organização internacional que aglomera grêmios de standardização/normatização de 148 países. O ISO aprova normas internacionais em quase todos os campos técnicos. O Brasil está representado na ISO pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

<sup>29</sup> RADFAHRER, Luli. “Design/web/design”. São Paulo: Market Press, 1999.

<sup>30</sup> MERCOVICH, Eduardo apud PINHO, 2003, p. 136.

**facilidade de uso**, que se refere à eficiência com que o usuário consegue navegar no ambiente virtual, podendo ser medida pela velocidade e também pela quantidade de possíveis erros ao longo da navegação. O terceiro é a **facilidade de aprendizagem**, que ao se falar de um portal, trata sobre o tempo necessário para o usuário ‘se encontrar’ na página, aprender a navegar por ela e encontrar o que deseja no menor tempo possível. O último conceito, o de **apreciação**, é a menos objetiva de todas as definições. Diz respeito à percepção do usuário em relação à interface do site, suas opiniões e análise de em que medida o portal, no caso, atende e ‘seduz’ o usuário.

Em uma instituição, o objetivo ao se criar um portal deve ser que o usuário encontre o que deseja da forma mais simples e intuitiva possível, sem perder tempo. Para saber como construir uma página que siga essas características, ou seja, que tenha uma usabilidade eficiente, é preciso conhecer a fundo o público usuário do site. A participação do público usuário na avaliação de um portal é muito importante, e pode ser realizada por meio de testes de usabilidade. João Pedro Martins, criador do site Usabilidade.com<sup>31</sup>, evidencia a necessidade desses testes de avaliação ao afirmar que:

É preciso criar uma relação diferente entre os intervenientes na criação e manutenção de um *site*, e saber introduzir um novo passo: medir, testar, avaliar, garantir qualidade. E corrigir. (e repetir o processo).

Os testes de usabilidade são criados para serem aplicados nos usuários comuns que se utilizam do site ou portal. Para isso, é estabelecido um critério de pesquisa que pode resultar, ao final do teste, na criação de uma medida para mensurar o grau de usabilidade em um site. A avaliação desse teste pode ser feito por um arquiteto de informação, profissional cujas atividades já foram previamente descritas previamente, que vai verificar em que medida a usabilidade funciona ou não, observando de que forma o usuário se orienta pelo portal, se segue o caminho mais curto ou se tem dificuldade para encontrar as informações. Mais uma vez pode-se utilizar os princípios estabelecidos por Mercovich, avaliando ainda a satisfação do usuário em relação ao portal. Existem diferentes formas de viabilizar esses testes, desde pequenos grupos até a criação de laboratórios de usabilidade que comportem grandes números e diversificados tipos de usuários.

---

<sup>31</sup> Site de Portugal, disponível no endereço [www.usabilidade.com](http://www.usabilidade.com)

Quando pensamos no contexto de uma grande instituição, que optou pela adoção de um portal como forma de dar conta das necessidades de seu público usuário, o investimento em um grande laboratório de usabilidade pode se mostrar bastante compensador a longo prazo, de forma a diminuir o número de tentativas e erros para a adoção da melhor interface e arquitetura de informações para o portal. Essa estrutura maior necessita de “equipamentos e especiais, dezenas de usuários e uma grande equipe de observadores durante várias semanas”<sup>32</sup>.

Existe ainda uma segunda forma de avaliação da usabilidade: a avaliação heurística, criada por Jakob Nielsen<sup>33</sup>. Segundo Nielsen, a avaliação heurística:

É um nome genérico de um grupo de métodos baseados em avaliadores especialistas que inspecionam ou examinam aspectos relacionados com usabilidade de uma interface de usuário

Esse segundo método é feito exclusivamente por profissionais, sem o feedback do público usuário. Dessa forma, pode-se observar que a conjunção das duas formas de avaliação, os testes de usabilidade, que contemplam os usuários, e a avaliação heurística, mais técnica, é a forma mais completa de criar um diagnóstico sobre a usabilidade em um site ou portal, constituindo técnicas complementares. Os testes com os usuários podem apontar mais claramente onde estão os erros na concepção dos arquitetos e designers dos sites, enquanto a avaliação heurística atua mais na proposição de soluções.

Estabelecidos os possíveis caminhos para a avaliação de um site ou portal quanto a sua usabilidade, é importante definir qual o papel do profissional de comunicação na execução bem sucedida desse suporte digital. Existem aspectos técnicos que não fazem parte do escopo das atividades de um profissional de comunicação, mas o pensamento integrado, a orientação para o desenvolvimento de mudanças e avaliações é papel da comunicação. Dessa forma, em uma empresa ou instituição, a equipe de comunicação social deve sempre empreender esforços para a melhor execução possível do projeto de seu produto.

---

<sup>32</sup> PINHO, 2003, p. 139.

<sup>33</sup> Especialista de Usabilidade na Internet, autor de diversos livros e considerado o ‘guru da usabilidade nas páginas de internet’ (Ney York Times), entre outras denominações igualmente elogiosas.

A comunicação em uma instituição é a área responsável por gerar conhecimento e também fazer com que esse conhecimento chegue aos funcionários e ao público externo dessa organização. Como define Gaudêncio Torquato<sup>34</sup>:

A organização persegue um equilíbrio entre as partes que a formam. Seu equilíbrio é resultante da disposição ordenada de suas partes. Essa integração é obtida graças ao processo comunicacional (...) A comunicação, enquanto processo, dá vida, por meio do encadeamento das partes, à empresa.

Esse papel de ‘dar vida’, ou de inserção na realidade social da empresa pelo meio virtual adquire, no caso da criação de um portal, a missão de tentar sempre melhorar a navegação do público usuário. Para isso, precisamos conhecer alguns elementos que caracterizam o meio internet e que são decisivos na construção da usabilidade para o portal.

Nesse ambiente virtual, é comum que os autores consagrados estabeleçam regras, conceitos, pontos a serem seguidos, etc. Essas definições, que podem à primeira vista parecerem rígidas demais, seguem os princípios que são característicos do meio: a simplicidade e objetividade. São essas as orientações maiores quando se fala em usar a internet como meio de comunicação. Dessa forma, conhecer esses princípios básicos ajuda ao jornalista ou profissional de comunicação, mesmo não tendo conhecimentos técnicos do meio, na tarefa de guiar, orientar e especialmente avaliar as escolhas feitas na construção de um ambiente virtual.

Duas regras de consenso na internet que orientam a redação para esse meio, e que também são fatores de sucesso ou fracasso da usabilidade, dizem respeito à forma de abordagem da informação e suas dimensões. Como todo meio, a internet possui características próprias de redação da informação. Quanto à abordagem, é importante que se coloquem as conclusões no início, no modelo de pirâmide invertida, já adotado e consagrado dentro do jornalismo atual em outros meios. Essa regra responde a questão do tempo na internet, que deve ser sempre o menor possível para que o usuário chegue à informação desejada. Quanto ao tamanho dos textos, a orientação é que se escreva “apenas 25% de texto em relação ao que normalmente é escrito em papel – é possível ir

---

<sup>34</sup> REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. “Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional”. São Paulo: Sumus, 1986. p. 16.

muito longe. A leitura na tela é cansativa e mais difícil; por isso, reduza e simplifique tudo que for possível no texto on-line”<sup>35</sup>. Outra forma de dispor as informações que pode facilitar a leitura na tela de um computador é, sempre que possível, colocar o texto em tópicos objetivos, sem que com isso se perca em qualidade de conteúdo.

Uma ferramenta relacionada à técnica de dispor a informação em tópicos e que consiste em uma das grandes características específicas do meio virtual para o uso do jornalismo, é a possibilidade de adoção dos links e hipertextos. O uso dessas ferramentas está relacionado à outra característica que diferencia o meio virtual dos demais meios de informação: sua não linearidade. Na web, o usuário tem a liberdade de percorrer as informações da forma que achar mais conveniente, não precisando seguir uma sequência pré-determinada, criada pelo produtor da informação, como acontece no meio impresso e nos demais meios de comunicação. No meio virtual, o internauta cria o seu caminho em direção à informação. Isso só é possível por meio do uso de hipertexto, que Pinho<sup>36</sup> define como:

Texto eletrônico em um formato que fornece acesso instantâneo, por meio de links, a outro hipertexto dentro de um documento ou em outro documento. Em uma sequência hipertextual, o internauta não precisa seguir uma sequência natural ou prévia – começo, meio e fim -, podendo traçar uma ordem particular, navegando pelos documentos interligados.

A possibilidade da não-linearidade, ou hipertextualidade, atua de forma decisiva no momento da redação de um texto para a internet. Os hipertextos devem ser considerados e usados como ferramenta de objetividade na primeira redação da informação. Conforme o interesse do usuário, ele pode buscar mais explicações, um maior aprofundamento no assunto, acessando os hiperlinks.

Outros princípios adotados em portais constituem elementos de usabilidade, tais como o design e a interatividade, assim como existem elementos que ajudam na avaliação do portal, além dos já citados testes de usabilidade e avaliação heurística. É possível fazer um estudo da audiência do portal usando ferramentas que a própria

---

<sup>35</sup> César Martin estabeleceu essa regra em seu livro ‘Información General’. Sobre o mesmo tema, J.B Pinho informou, em seu livro ‘Jornalismo na Internet’, que um estudo foi realizado pela Sun Microsystems constatando que a leitura é 25% mais lenta em computador. Apesar disso, não apenas a velocidade deve ser considerada, mas também o conforto do usuário. Por isso, a recomendação foi de que o texto fosse 50% mais curto em relação ao que ocuparia no papel.

<sup>36</sup> PINHO, 2003, p. 241.

internet disponibiliza. Trataremos mais detalhadamente do assunto no tópico de interatividade.

#### 4.3.2 - Acessibilidade

A acessibilidade é um conceito que está intimamente ligado à usabilidade. Esse conceito trata também de atender da melhor forma possível o público usuário, considerando as diferentes características e idiossincrasias dos mesmos. A acessibilidade garante, especialmente, o acesso para pessoas com deficiência ou necessidades especiais. Em um país em que o índice de pessoas que apresentam algum tipo de deficiência é de 14%<sup>37</sup>, a preocupação com a acessibilidade se faz evidente. O site Acessibilidade Brasil<sup>38</sup> diz que a acessibilidade:

Representa para o usuário não só o direito de acessar a rede de informações, mas também o direito de eliminação de barreiras arquitetônicas, de disponibilidade de comunicação, de acesso físico, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos.

Além da questão prática de conseguir atingir, com um portal mais acessível, um público maior, a preocupação com a acessibilidade é também um princípio de cidadania que deve nortear sempre o trabalho do profissional de comunicação. Essa é uma responsabilidade que deve estar clara para que, no momento de criação do portal, o maior número possível de pessoas tenha o direito de ter acesso às informações. Em uma grande instituição ou empresa, essa questão de cidadania toca ainda em sua responsabilidade social.

Outra motivação para a preocupação com a acessibilidade é que existe uma lei<sup>39</sup> do Governo Federal que legisla sobre o tema, orientando para o direito do atendimento aos públicos especiais. O capítulo V da lei estabelece os critérios para o acesso à Informação e a Comunicação, incluindo a indicação que no prazo de 12 meses (a partir da data de publicação, em dezembro de 2004), a acessibilidade seria obrigatória nos

---

<sup>37</sup> Fonte: IBGE, censo demográfico 2000.

<sup>38</sup> Disponível no endereço: [www.acessobrasil.org.br](http://www.acessobrasil.org.br)

<sup>39</sup> Decreto-lei 5296 de 2 de dezembro de 2004. Disponível em <http://www.acessobrasil.org.br>



portais e sites eletrônicos da administração pública para pessoas com deficiências visuais.

Além da lei, outra iniciativa do governo federal que evidencia a importância da preocupação com a acessibilidade é a cartilha “Recomendações de Acessibilidade para a Construção e Adaptação de Conteúdos do Governo Brasileiro na Internet”, que traz uma explicação mostrando as principais motivações para a adoção de sites mais acessíveis, dando destaque à questão da inclusão social de todos os cidadãos, além de conter um documento anexo com as orientações mais técnicas para a adequação dos sites à acessibilidade.

Existem ferramentas gratuitas para avaliar se um site ou portal é acessível ou não. Para isso, basta acessar algum dos sites que prestam esse serviço e indicar, no campo específico, o endereço da página que se quer avaliar. Automaticamente é gerado um relatório mostrando quais os problemas e a atual situação do site. Um dos sites que prestam esse serviço é o Da Silva<sup>40</sup>, primeiro avaliador em português para web sites, projeto esse financiado pela Finep<sup>41</sup> e Faperj<sup>42</sup>. Esse validador, assim como outros que executam a mesma função, segue as regras da W3C<sup>43</sup> e da WAI<sup>44</sup>.

A acessibilidade faz parte do projeto nacional de inclusão digital de pessoas portadoras de necessidades especiais. Um site acessível evita ainda problemas com diferentes tipos de conexões, versões de navegadores, computadores menos potentes etc. Dessa maneira, fica evidente a importância de se estabelecer um esforço para adequar o portal que está sendo criado nas regras de acessibilidade, tornando-o acessível ao maior número de pessoas possíveis. É um trabalho que exige dedicação, mas que tem compensações práticas e ideológicas.

Jakob Nielsen<sup>45</sup>, apresenta objetivamente mais uma razão para a preocupação com a acessibilidade. Segundo o autor:

---

<sup>40</sup> Disponível no endereço: <http://www.dasilva.org.br>

<sup>41</sup> Financiadora de produtos e projetos. Empresa pública.

<sup>42</sup> Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

<sup>43</sup> Organização que se encarrega do desenvolvimento e manutenção de padrões da WEB. Sua missão é: “levar a Web ao seu potencial máximo, que se consegue através do desenvolvimento de tecnologias (especificações, diretrizes, software e ferramentas) que irão criar um fórum para informação, comércio, inspiração, pensamento independente e compreensão coletiva.” – disponível em <http://www.w3.org/>.

<sup>44</sup> Web Accessibility Initiative - Website da iniciativa do W3C para estudar e melhorar o acesso de pessoas com necessidades especiais a Internet. Contém guias com recomendações para a construção de páginas HTMLs, scripts e CSS.

<sup>45</sup> NIELSEN, Jakob, “Projetando Web sites”. Rio de Janeiro: Campus, 2000

Aqueles de nós que planejam estar vivos mais alguns anos também têm razões pessoais para promover a acessibilidade pois, ao envelhecermos, ficamos sujeitos a mais deficiências. Segundo as estimativas, apenas 14 por cento das pessoas com menos de 65 anos têm algum tipo de incapacidade funcional, em comparação a 50 por cento daqueles acima de 65 anos.

#### 4.4 – Identidade e Design

Na criação da interface de um portal, é importante que se estabeleça algum critério visual mínimo que garanta uma unidade para todas as sub-páginas ligadas à principal. É preciso que se deixe claro ao visitante do seu portal que ele se encontra em um mesmo ambiente, ainda que visitando as diversas seções disponíveis. Essa preocupação dá ao usuário uma idéia de unidade e pertencimento, quando dentro de um portal.

A unidade é uma das principais questões para o design, já que deve criar uma composição agradável e harmônica entre as partes. O uso de um padrão de cores, de fontes, de layout, de alinhamento de textos, da seqüência da colocação de elementos na página, contraste em elementos e outras questões mais técnicas da área de design podem fazer a diferença na criação de uma ‘marca’ forte, a qual o visitante possa identificar sempre que acessar alguma página ou seção de dado portal.

#### 4.5 - Interatividade

As ferramentas de interatividade são as principais características que diferenciam um portal de um simples site. O contato entre o jornalista, o produtor de informação, ou pessoas internas a empresa com o público externo traz benefícios para ambos os lados. A comunicação interna, entre os membros da empresa ou instituição, da mesma forma, pode fazer com que as atividades desenvolvidas sejam muito mais integradas e facilitadas. Algumas dessas ferramentas possíveis serão descritas a seguir, dando preferência àquelas que respondem mais diretamente às necessidades de comunicação virtual de uma grande instituição, foco de todo o trabalho.

## Identificação Básica

Como forma inicial de contato com o usuário do site ou portal, é importante que seja identificado, logo na página inicial do portal, geralmente na parte inferior da página, o endereço da empresa ou instituição, assim como um telefone geral para contato. Essa providência simples, que nem mesmo chega a ser uma ferramenta de interatividade, se trata apenas de informação básica, que facilita muito a procura do usuário que deseja um contato mais direto com a instituição. Apesar de simples, muitos sites e até portais não trazem essa informação, que pode ser um sinal de que a arquitetura de informações não está bem definida. Menos que uma questão de arquitetura, disponibilizar essas informações básicas é uma questão de bom senso. Na atividade de jornalismo, inúmeras são as vezes que procuramos uma informação simples como essa na página das empresas desejadas, e não encontramos. Esse seria, portanto, o ponto de partida para tornar facilitado o contato do público usuário com a empresa ou instituição.

Nem todas as opções de interatividade para um portal são tão simples e igualmente necessárias para qualquer tipo de empresa ou organização. É preciso analisar as necessidades de interatividade e implantar somente o que pode trazer algum benefício para a comunicação institucional, interna e externamente. Após a implantação das ferramentas, é preciso criar ainda algum tipo de avaliação das mesmas, de forma que se possa sempre melhorar o que não funciona e tornar a comunicação cada vez mais clara e facilitada.

## Fale Conosco

A ferramenta ‘fale conosco’, disponível na maior parte dos sites e portais de instituições ou empresas, constitui a forma mais básica de interação com o usuário que a internet disponibiliza. O contato pode ser feito por telefone (que já deveria estar disponibilizado na página inicial), por preenchimento de formulário, ou por e-mail, em um endereço de correio eletrônico especificamente criado para esse fim. Nos formulários, o público não tem acesso ao endereço de e-mail direto para fazer o contato,

mas pode preencher um formulário virtual, estabelecendo qual o assunto da mensagem, e enviar pela própria página do portal.

Essa ferramenta pode ajudar a traçar o perfil do público usuário de um portal, assim como suas principais demandas. A análise dos assuntos mais abordados nos e-mails do “fale conosco” constitui uma das formas de avaliação contínua de um portal. Para isso, é necessário que se faça uma análise e esquematização das mensagens recebidas por esse e-mail. Esse processo pode ser feito de forma manual, com criação de tabelas, estatísticas e análises, ou de forma automática. Existem programas criados especificamente para esse fim, que ajudam a sistematizar as informações e estabelecer estatísticas. Com essas informações em mãos, é necessário de estabelecer esforços para melhor atender ao público usuário, no modelo de medir, avaliar, e corrigir o que for necessário, como já foi abordado no tópico de usabilidade desse trabalho. Como os usuários podem utilizar esse fale conosco para perguntas, sugestões e reclamações de qualquer natureza, a ferramenta pode servir a avaliação da arquitetura de informações do site, da usabilidade, além do tipo de conteúdo disponibilizado no portal.

Essa ferramenta estabelece uma nova forma de comunicação entre produtor e receptor da informação, típica do meio virtual. Ao contrário das mídias tradicionais, onde existe uma única via de informação, da fonte para o público, a internet viabiliza uma via dupla de informação, onde tanto o produtor da informação como o público usuário são beneficiados pela troca de sugestões, dúvidas, reclamações, etc. Esse processo de comunicação interativa pode ser realizado em diferentes níveis, como explica Pinho<sup>46</sup>:

A comunicação de mão única foi antes o único e exclusivo modelo amplamente adotado pelas empresas jornalísticas... Era um caminho único – do jornalista para o usuário da informação -, sem nenhum retorno. Agora, o correio eletrônico permite a passagem para um modelo de comunicação de mão dupla, no qual o leitor pode interagir com o jornalista e, portanto, torna-se tanto uma fonte de informação quanto um usuário.

Esse contato de via dupla se torna ainda mais benéfico para empresas e instituições do que para as empresas que tratam especificamente de informações jornalísticas. Sendo uma empresa privada, que visa o contato com o público para

---

<sup>46</sup>

WARD, apud PINHO p. 64

conseguir algum tipo de retorno financeiro, é evidente que a opinião e a interação com o público é proveitosa e lucrativa. Não só para a empresa, que pode adequar e melhorar suas ações para atender mais satisfatoriamente ao público usuário e, conseqüentemente, lucrar mais, mas também para o público que, tendo suas solicitações e sugestões levadas em consideração, igualmente se beneficia.

No caso de uma instituição pública, sem fins lucrativos, essa interação enriquece as relações e as contribuições mútuas para a melhora dos serviços, que devem sempre, em primeiro plano, beneficiar o público e a sociedade. Essa ferramenta de interação demonstra ainda a preocupação da instituição com a opinião de seu público alvo e com a prestação de contas com a sociedade.

## Enquetes

As enquetes são mais um meio de conhecer melhor o público usuário do portal, sabendo sua opinião sobre os assuntos de destaque que dizem respeito a uma empresa ou instituição. A pergunta feita pode ser, inclusive, sobre a satisfação com os serviços do portal, ou com alguma nova ferramenta disponibilizada, sempre pensando na avaliação e reordenação contínua de informações e ferramentas de forma a atender ao público da melhor forma. As possibilidades são variadas, o importante é atrair o público com essas pesquisas, não só para conhecê-lo melhor, mas também para aproximá-lo mais da empresa ou instituição. As estatísticas das pesquisas feitas nas enquetes podem ou não ser disponibilizadas para que o público externo veja. Se o interesse é integrar o usuário, parece mais interessante que o mesmo possa ter acesso ao resultado final das pesquisas. Quanto maior a transparência da relação entre os dois lados, produtor e receptor da informação, mais proveitosa a relação entre ambos.

## Intranets, Portais Corporativos e Gestão do Conhecimento

Uma das ferramentas possíveis em um portal, e até mesmo independente deste, é a criação de uma intranet para a empresa ou instituição. A opção pela adoção dessa

ferramenta responde às necessidades internas de uma empresa, pois, como explica e diferencia Pinho<sup>47</sup>:

A intranet é usada exclusivamente no ambiente privativo das empresas. Em vez de circular publicamente no mundo, como na Internet, as informações transitam em uma rede intranet são acessíveis apenas à organização a que pertence e a seu pessoal interno.

A intranet é a forma mais básica para a criação de uma rede interna à empresa ou instituição, com compartilhamento de informações que dizem respeito somente ao âmbito interno das relações de trabalho. A adoção da intranet pode evitar que informações estratégicas da instituição ou empresa estejam disponíveis para pessoas externas, ao mesmo tempo em que cria um canal que facilita o compartilhamento dessas informações. Outra vantagem da intranet em relação a internet, é que os documentos e outros tipos de arquivos podem ser enviados em velocidade maior, pois, como explica Pinho:

O padrão Ethernet<sup>48</sup> oferece conexão física de redes locais em alta velocidade, com maior quantidade de informação passível de ser transmitida por unidade de tempo, tornando muitas vezes a intranet mais interativa, interessante e rica em conteúdo do que o próprio site da empresa na internet. Até mesmo vídeos de treinamento podem ser disponibilizados ao empregado pela intranet, sem que ele saia de sua mesa de trabalho.

Com a possibilidade de uso de todas essas funcionalidades da intranet, não só textuais, mas gráficas, de vídeo, som etc., a relação interna com os funcionários se torna muito mais dinâmica e interessante para ambos os lados. Há ainda a maior participação dos funcionários em geral, e não apenas da equipe que dirige a empresa, pois a intranet possibilita que as informações sejam recebidas e criadas por todas as instâncias de profissionais, com as mais diversas atividades. Não há uma instância central que monitorea e aprova conteúdos, como acontece na maior parte dos meios impressos.

---

<sup>47</sup> PINHO, 2003 p.44.

<sup>48</sup> Padrão usado para conexões físicas de rede locais em alta velocidade.

Novamente, como característica do meio virtual, as informações e estruturas não costumam ser hierárquicas, e sim organizadas de forma mais horizontal e participativa.

Para interessar e estimular aos funcionários, e ainda, para tornar essa intranet realmente funcional, as informações devem ser sempre atualizadas, o que promove uma com maior rapidez de acesso as mesmas do que antes, quando o meio virtual não era tão amplamente aproveitado utilizado. Procedimentos que demandariam o contato de diversas instâncias para serem concluídos, podem ser resolvidos diretamente na tela do computador.

As vantagens da intranet só funcionam se, junto com sua criação, se estabeleça um processo de convencimento e busca de adesão dos profissionais da empresa como um todo para o uso dessa nova tecnologia. É preciso que haja a criação de uma nova cultura para aceitar a intranet e fazer o melhor uso da mesma. O uso da intranet estabelece uma relação de maior cooperação e troca de informações. Não basta possuir os artifícios tecnológicos e de pessoal para alimentar conteúdo e funcionalidades. Mais importante, é preciso que os funcionários da empresa ou instituição vejam essa ferramenta como algo útil, que realmente contribui para suas atividades profissionais cotidianas. Sem convencimento e cooperação a ferramenta perde o dinamismo e a velocidade de alimentação, algumas das maiores vantagens que agrega ao processo de trabalho.

O uso da intranet torna processos de trabalhos mais velozes e cooperativos, na medida em que traz, além da tecnologia, uma mudança na cultura organizacional. Com maior número de informações qualificadas e com o acesso facilitado, a tomada de decisão se torna também muito mais embasada e segura.

Todas essas possibilidades estão presentes na intranet, mas as discussões ao redor desse conceito evoluíram, assim como a tecnologia da ferramenta, e para agregar todas as possibilidades que o uso dessa rede interna pode trazer ao trabalho em uma empresa ou instituição, um novo termo, mais abrangente, é usado agora para definir as intranets que se ampliam, amadurecem, e tornam-se os **portais corporativos**. Esse conceito é uma evolução da definição de intranet para essa 'área de trabalho' virtual. Outros termos semelhantes são utilizados na literatura especializada no tema, tais quais "portal de informações corporativas", "portal de negócios" e "portal de informações empresariais". Por ser o mais difundido, usaremos para o trabalho a definição de portal

corporativo. O termo portal corporativo, ou ‘Enterprise Information Portals’, foi usado pela primeira vez em relatório de uma empresa de consultoria *Merril Lynch*, elaborado por Shilakes & Tylman em novembro de 1998 onde consta a seguinte definição<sup>49</sup>:

Portais de informações empresariais são aplicativos que permitem às empresas libertar informações armazenadas interna e externamente, provendo aos usuários uma única via de acesso à informação personalizada necessária para a tomada de decisões de negócios.

Os portais corporativos geralmente possuem uma entrada única, controlada por login e senha, que dá acesso a uma série de outras ferramentas e níveis de acesso às informações institucionais. A partir da primeira entrada, todos os profissionais tem acesso a um certo nível de informações ou serviços comuns e que interessam e competem aos funcionários da empresa como um todo, como consultas de contracheques, notícias, aniversários, etc. A partir dessa porta inicial de entrada, podem ser estabelecidos níveis de acesso mais aprofundados, exigindo novo login e senha para entrar em áreas específicas e estratégicas que não devem ficar disponíveis a todos. Uma outra forma, mais completa, de organizar esse portal corporativo por níveis é que, ao colocar o login e senha, o funcionário já tenha em sua página inicial todos os serviços disponíveis ao nível de acesso que lhe é permitido, de forma personalizada por cargo, função, ou até mesmo por pessoa. O portal corporativo é usado, dessa forma, como suporte de informações institucionais de caráter não só estratégico, mas também operativo.

Uma das funcionalidades possíveis de serem englobadas por um portal corporativo que é muito benéfica para o compartilhamento mais amplo da informação é a integração de bancos de dados, por sua vez interligados a algum tipo de mecanismo de busca. Esse benefício pode e deve ser também transferido para o portal geral da instituição, com bancos de dados integrados entre todas as páginas que são submetidas ao portal.

Com a disseminação do conhecimento que o portal corporativo possibilita, os processos de trabalho são agilizados, a comunicação interna melhora, assim como a

---

<sup>49</sup> DIAS, Cláudia Augusto. Portal corporativo: conceitos e características. *Ci. Inf.*, jan./abr. 2001, vol.30, no.1, p.50-60. ISSN 0100-1965.



produtividade. As opções dentro desse portal que favorecem esse salto de qualidade são inúmeras, tais como as mais práticas de controle de recursos humanos, de estoques, financeiros, de números de produção, de planejamento interno, até as mais elaboradas, como o oferecimento de cursos de ensino a distância, banco de imagens, workflow<sup>50</sup>, chats em tempo real, vídeo conferências, etc. Não cabe nesse trabalho citar todas as possibilidades, e sim indicar a ampla gama de caminhos e ferramentas que podem ser criados quando se entende a amplitude do conceito de portal corporativo.

A criação dessa infra-estrutura pode dar apoio a transformações profundas na rotina de trabalho de uma empresa. Para entender melhor como essa ferramenta pode ser positiva para que se dê um salto de qualidade nas atividades empresariais, podemos citar um outro conceito, que muitas vezes acompanha a literatura sobre os portais corporativos, que é a **gestão do conhecimento**. Esse conceito, que deve ser entendido como um meio para se atingir coisas, e não um fim em si próprio, diz respeito a formas de lidar com a informação não apenas para disponibilizá-la, mas também usar como alimento para uma gestão estratégica voltada para a criação de conhecimentos conjuntos e compartilhados, assim como substância para a tomada de decisão dentro de uma empresa ou instituição.

A gestão do conhecimento torna os conhecimentos tácitos de uma organização em explícitos. Dessa forma, a soma das experiências profissionais, quando compartilhadas e explicitadas, pode servir para a empresa como um todo. O conhecimento está sempre associado ao sujeito, mas como esclarece Elisa Andries<sup>51</sup>:

A gestão do conhecimento não tem o objetivo de apreender o modo como conhecimento é processado no cérebro humano, mas o fruto desse mecanismo, o conhecimento tácito. Tal conhecimento, elaborado pela experiência do indivíduo, pode ser codificado e armazenado em computador. Em sendo uma tradução de representações, discursos idéias e teorias, o conhecimento humano é particular e pode ser descrito pelo indivíduo. Não deixa de ser conhecimento pessoal apenas por ter se tornado explícito.

---

<sup>50</sup> Workflow, ou fluxos de Processos, são um tipo de instrumento aplicativo do Gerenciamento Eletrônico de Documentos

<sup>51</sup> REIS, Maria Elisa Andries dos. “Portal Corporativo como ferramenta de Gestão do Conhecimento” Rio de Janeiro. ENSP/Fiocruz, 2005

A gestão do conhecimento, que é tão favorecida pelas ferramentas que a internet como um todo proporciona, e mais especificamente o objeto que estamos tratando, um portal corporativo, facilita o compartilhamento, a disponibilização de informações, a integração entre os membros de uma empresa e a criação de uma inteligência coletiva, como definiu Levy<sup>52</sup>, convocando pessoas a aprender e a construir coletivamente novos conhecimentos e ferramentas.

### Comunidades Virtuais

As comunidades virtuais pensadas como ferramentas para compartilhar conhecimentos, podem ser usadas tanto num portal geral e externo a uma organização quanto dentro do portal corporativo. As comunidades virtuais são redes de troca de informações, onde os indivíduos se agregam de acordo com seus interesses e habilidades. As comunidades podem ser usadas para os mais diversos fins, mas dentro de uma empresa elas contribuem ainda para a capacitação permanente dos funcionários já que, compartilhando dúvidas, dicas e informações, o profissional consegue aprimorar suas rotinas de trabalho. A comunidade virtual permite a disponibilização de texto, imagens, links, vídeos, chats e outras ferramentas que facilitem o compartilhamento e a conversa entre os profissionais. Mais uma vez, essa ferramenta só funciona se os profissionais se interessarem e perceberem a ferramenta como algo que os ajudará em suas atividades. Como explica Cacau Guarniere<sup>53</sup>, é preciso entender que essas ferramentas são meios, e não fins em si próprias, como também já foi explicado no tópico de gestão do conhecimento. Como ferramentas de gestão, as comunidades virtuais são espaços :

...onde a colaboração, a descentralização de procedimentos (gestão de conteúdo e usuários), a integração entre os diversos tipos de usuários e a gestão desse ambiente são elementos determinantes para seu sucesso.

---

<sup>52</sup> LÉVY, Pierre. 'O que é virtual'. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1996.

<sup>53</sup> Colunista do site Intranet portal. Texto : "Criando comunidades virtuais". Disponível em <http://www.intranetportal.com.br>

No caso dos públicos externos, alguns grupos de discussões mais gerais podem ser criados e disponibilizados para os visitantes externos das instituições que visitam os portais. As comunidades permitem ainda diferentes tipos de interação, podendo o usuário somente ler as informações disponibilizadas na comunidade ou também ele contribuir para as mesmas. As discussões nessas ferramentas abertas podem ser de caráter institucional ou mais de interesse social mais geral, desde que tenha alguma ligação com as atividades da empresa. É preciso cuidado para não criar e disponibilizar algo que não condiga com o foco da instituição, pois isso estaria colocando no portal algo que distrairia do objetivo central do mesmo, de orientar o público para os conteúdos especializados dentro de um dado contexto.

A união das diversas possibilidades de interatividade, tanto com o público interno como externo à organização, que um portal possibilita, principalmente a integração e a cooperação entre esses atores, contribui de forma decisiva para o crescimento e aprimoramento das atividades de uma organização. E, conseqüentemente, uma instituição que trabalha melhor responde melhor às necessidades de seu público. Ambos os lados só têm a ganhar.

## 5 – Estudo de Caso – Portal Fiocruz

Após a análise da ferramenta portal, assim como de suas possibilidades para a comunicação institucional, faremos a análise do portal de uma grande instituição pública nacional, a Fundação Oswaldo Cruz, ou Fiocruz. Para entender a opção da Fundação pelo uso de um portal, primeiro vamos fazer uma apresentação de suas atividades, assim como das diversas unidades que a compõe. Conhecendo a estrutura, evidenciaremos a necessidade da adoção de um portal, fazendo uma análise do estado atual do mesmo, com apresentação de sistemas e ferramentas criadas especificamente para a fundação .

### 5.1 – A Fiocruz:

A Fundação Oswaldo Cruz, fundada em 1900, é uma instituição ligada ao Ministério da Saúde que tem como princípios norteadores “promover a saúde e o desenvolvimento social, gerar e difundir conhecimento científico e tecnológico, ser um agente da cidadania”. A Fiocruz é hoje uma das instituições científicas mais conceituadas em toda a América Latina. Suas atividades básicas, que hoje constituem sua missão, são: a pesquisa, a prestação de serviços hospitalares, ambulatoriais e laboratoriais em saúde; a fabricação de vacinas, medicamentos, reagentes e kits de diagnóstico; o ensino e a formação de recursos humanos; a informação e a comunicação; o controle da qualidade de produtos e serviços, e a implementação de programas sociais. Sua missão, definida oficialmente<sup>54</sup>, é:

Gerar, absorver e difundir conhecimentos científicos e tecnológicos em saúde pelo desenvolvimento integrado das atividades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, ensino, produção de bens, prestação de serviços de referência e informação, com finalidade de proporcionar apoio estratégico ao Sistema Único de Saúde (SUS) e contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população e para o exercício pleno da cidadania.

---

<sup>54</sup> Definição retirada do Plano Quadrienal 2005/2008 da Fiocruz. Disponível em <http://www.fiocruz.br>

É em um tripé de ensino, assistência médica e pesquisa que se baseiam as atividades fim da Fiocruz. Essa instituição é composta por diversas unidades, cada uma com uma especificidade e exercendo uma ou mais das atividades às quais a Fiocruz se dedica. Sua base, onde estão localizadas dez das 15 unidades que a compõem, se localiza na Zona Norte do Rio de Janeiro, em Maguinhos, às margens da Avenida Brasil, em um *campus* de 800 mil m<sup>2</sup>. Entre as demais unidades que também fazem parte da Fiocruz, mais uma está situada no Rio de Janeiro, e as demais estão espalhadas pelo Brasil, nas cidades de Belo Horizonte, em Minas Gerais; Salvador, na Bahia; Recife, em Pernambuco; e em Manaus, no Amazonas. Existe ainda em Curitiba, no Paraná, um instituto mantido em parceria entre a Fiocruz e o governo estadual, o Instituto de Biologia Molecular do Paraná (IBMP).

Além dessas unidades e parcerias no âmbito nacional, a Fiocruz também se relaciona com instituições de atividades próximas às suas em países dos cinco continentes. Essas parcerias têm por objetivo promover a capacitação de recursos humanos na área da saúde, apoiar pesquisas e promover o desenvolvimento tecnológico e o intercâmbio de experiências.

As atividades da Fiocruz estão todas previstas em seus programas institucionais, sendo eles: Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico, programa esse diretamente ligado às grandes questões da Saúde Pública brasileira; Ensino e Saúde em Ciência & Tecnologia, com a formação de recursos humanos para o Sistema Único de Saúde (SUS); Produção de Bens e Insumos para a Saúde, com a fabricação de vacinas e medicamentos, também para o SUS; Serviços de Referência em Saúde, com assistência médica à população; Informação e Comunicação em Saúde e Ciência e Tecnologia, que cuida do tratamento, processamento, a preservação, a divulgação e a difusão da informação científica e tecnológica no campo da saúde pública e de ciência e tecnologia em saúde; e, finalmente, Gestão e Desenvolvimento Institucional, focado no planejamento estratégico e operacional, na modernização e descentralização administrativa, buscando a melhoria dos recursos humanos e da infra-estrutura.

Cada uma das unidades que formam a Fiocruz tem um campo específico de atividades. Faremos, a seguir, uma breve descrição de cada uma delas:

- Instituto de Tecnologia em Imunobiológicos (Bio-manguinhos) : produtor de vacinas, *kits* e reagentes para diagnóstico laboratorial de doenças infecto-parasitárias.
- Casa de Oswaldo Cruz (COC): dedicada à preservação da memória da instituição e às atividades de pesquisa, ensino, documentação e divulgação da história da saúde pública e das ciências biomédicas no Brasil.
- Centro de Criação de Animais de Laboratório (Cecal): unidade técnica de apoio que fornece animais de laboratório para suporte às atividades de pesquisa, produção e controle de qualidade.
- Centro de Informação Científica e Tecnológica (Cict): participa e formula políticas, desenvolve estratégias e executa ações de informação e comunicação no campo da ciência e tecnologia em saúde, identificando e atendendo demandas sociais, do SUS e de outros órgãos governamentais.
- Escola Nacional de Saúde pública Sérgio Arouca (Ensp): unidade que atua no campo da pesquisa, formação de recursos humanos em saúde (com cursos de mestrado e doutorado) e prestação de serviços em saúde.
- Instituto de Pesquisa Clínica Evandro Chagas (Ipec): unidade estuda doenças infecciosas por meio de projetos de pesquisa e ensino, integrados a programas de atendimento.
- Instituto de Tecnologia em Fármacos (Far-manguinhos): laboratório produtor de medicamentos, atuando na pesquisa e desenvolvimento tecnológicos de produtos oferecidos gratuitamente pelo SUS.
- Instituto Fernandes Figueira (IFF): hospital e centro científico que realiza atividades de pesquisa, ensino e assistência à saúde da mulher, da criança e do adolescente.
- Instituto Oswaldo Cruz (IOC): unidade que realiza atividade de pesquisa biomédica e ensino, além de contar com publicações científicas e um acervo de coleções científicas.
- Centro de Pesquisas Gonçalo Moniz (CPqGM): Centro de pesquisa regional, localizado em Salvador, que realiza atividades de pesquisa, ensino, informação e prestação de serviços em saúde.
- Centro de Pesquisas Leônidas e Maria Deane, (CPqLMD): Centro de pesquisa regional, localizado em Manaus, com atividades de pesquisa e foco na melhoria da qualidade de vida das populações amazônicas.

- Centro de Pesquisa René Rachou, (CPqRR): Centro de pesquisa regional, localizado em Belo Horizonte, realiza atividades de pesquisa, formação de recursos humanos e prestação de serviços.
- Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, (CPqAM): Centro regional localizado em Recife, com atividades de ensino, produção de tecnologia e pesquisa em campos da saúde pública.
- Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde, (Incqs): principal órgão nacional para questões tecnológicas e normativas relativas ao controle de qualidades em insumos, produtos, ambientes e serviços voltados para o setor da saúde.
- Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, (Epsjv): unidade que promove a educação profissional em saúde, tendo ainda atividades de pesquisa e cooperação técnico-científica

Essas são as unidades que prestam os serviços de referência da Fundação, mas existem ainda outras unidades, técnico-administrativas, que tratam de funções específicas, sendo elas: a Dirac (Diretoria de administração do Campus), Direh (Diretoria de Recursos Humanos), e a Dirad (Diretoria de Administração). Podemos considerar ainda, observando o organograma da fundação, algumas unidades de apoio à presidência, sendo elas: o Gabinete; a Procuradoria; a Coordenação de Comunicação Social (CCS); a Assessoria de Cooperação Internacional (ACI); a Ouvidoria; a Diretoria de Planejamento Estratégico (Diplan); a Auditoria; a Diretoria Regional de Brasília (Direb), que representa a Fiocruz junto aos poderes executivo e legislativo; e a Coordenação de Gestão Tecnológica (Gestec).

Podemos conferir, no anexo I, o organograma da Fiocruz.

## 5.2 – A opção pelo Portal:

O Portal Fiocruz, tal como se encontra no ar hoje, no endereço <http://www.fiocruz.br> está no ar desde maio de 2005, há aproximadamente um ano, e é esse modelo que vamos analisar nesse trabalho.

Começamos a nossa análise afirmando a importância da construção de um portal para uma instituição da magnitude da Fundação Oswaldo Cruz. Ela própria pode ser considerada uma instituição com a necessidade de se construir em rede, afinal, com

sedes em diferentes estados do país, com unidades espalhadas por um campus de 800 mil m<sup>2</sup>, existe uma extrema necessidade de contato e troca entre suas diversas unidades, que por diferentes frentes têm como objetivo comum a promoção da saúde pública de qualidade do Brasil. É essa troca entre as diversas unidades, todas em prol de um objetivo único, que transforma a Fiocruz em uma instituição em rede. A distância física entre algumas das unidades, mesmo as que se encontram no mesmo campus, indica mais uma vez o benefício de uma ferramenta como um portal, para integrar todas as unidades em um só ponto de encontro, mesmo que virtual.

A inexistência de uma estrutura que integrasse as informações administrativas, científicas, financeiras, operacionais e legais das diferentes unidades, para dar suporte a decisões estratégicas da Fiocruz também foi uma das motivações para a adoção de um portal, que poderia contemplar a estrutura necessária. Essa ferramenta poderia ainda articular o conjunto de informações e conteúdos produzidos e veiculados por todos os setores da Fiocruz.

Mais que a questão da integração interna, que pode ser feita por meio do uso de um portal corporativo, é preciso pensar ainda no público externo, para o qual estão voltadas todas as atividades fim da Fiocruz. Uma instituição que presta tantos serviços à sociedade deve se modernizar e acompanhar as mudanças no mundo atual, sabendo se utilizar bem das novas tecnologias para melhor servir a sociedade. Transferindo para a internet o máximo de informações e possibilidades de contato com o público externo, e especialmente usando como ferramenta um portal, tornando única a porta de entrada para as diversas unidades da fundação, a Instituição se torna verdadeiramente um ‘agente da cidadania’, como se propõe quando define seus princípios norteadores.

Como foi evidenciado ao se apresentar um pouco das atividades da Fiocruz, no tópico anterior, o público alvo da mesma é bastante amplo, passando por profissionais de saúde, estudantes de nível médio, pesquisadores e a sociedade como um todo, que pode buscar informações sobre o atendimento médico realizado em algumas das unidades. Um portal que pretenda servir a todos esses públicos, portanto, deve ser muito bem planejado, seguindo cuidadosamente regras já propostas no trabalho, sendo as de usabilidade e acessibilidade, que se apóiam ainda na arquitetura de informações, as mais importantes em relação ao acesso.



Outra questão é em relação às linguagens utilizadas nos sites, que não são adaptadas aos diferentes tipos de visitantes que o portal atrai. Seria necessário, então, criar diferentes perfis dentro de um portal, com as linguagens adaptadas aos seus públicos, e também com maior destaque para as informações que a cada tipo de usuário poderia interessar.

O nível de conhecimento de informática do público da Fiocruz é também, com certeza, bastante desigual, e o esforço deve ser feito no sentido de facilitar ao máximo o acesso a todos os públicos. Não é possível uma segmentação, escolhendo um público específico a ser atendido, dada a heterogeneidade do mesmo.

Por ser uma instituição ligada ao Ministério da Saúde e, obviamente, ao Governo Federal, a Fiocruz deve ainda responder às resoluções e legislações do governo quanto aos sítios<sup>55</sup> na internet da administração pública federal. Mais que uma opção estratégica, a adequação do meio virtual passa a ser uma questão legal. Existem dois documentos, que foram considerados na construção do Portal Fiocruz, que orientam sobre a construção de páginas ligadas ao governo, sendo eles o 'Manual de Identidade Visual do Governo Federal' e a Resolução 7 do Governo Federal sobre 'Regras e Diretrizes para sites da Administração Pública Federal'.

A Fiocruz é uma instituição que faz o uso da internet para diversos programas a ela ligados, sabendo aproveitar a tecnologia para servir à sua missão. Como, por exemplo, o programa de Educação a Distância, EaD Fiocruz, desenvolvido pela Escola de Saúde Pública, a Ensp, que serve ao propósito de formar recursos humanos em saúde. Além disso, muitos de seus eventos são transmitidos via internet, com possibilidade de interação, videoconferências, que são alguns dos serviços prestados pela Rede Fiocruz, que será melhor apresentada adiante. É, portanto, uma instituição atenta às possibilidades que as novas tecnologias trazem. É por isso que existe um grande esforço, dentro da instituição, para tornar seu portal o mais eficiente possível. Temas de internet estão constantemente em discussão, inclusive abordando questões quase ideológicas, como a adoção do software livre, que apesar de ser uma opção que traz diversos benefícios, além de se tratar de uma orientação governamental, ainda exige uma grande mudança de cultura e boa vontade para que toda uma instituição modifique sua forma de trabalhar em prol de tal opção.

---

<sup>55</sup> Na Fiocruz, o acordado é que se use a palavra sítio, e não site. Mais uma vez, respondendo às normas federais, que orientam para o uso de palavras na língua materna, sempre que possível.

O portal que está atualmente no ar está igualmente em pauta nas discussões, já que ainda não contam todas as possibilidades que a ferramenta proporciona. A instituição encontra-se justamente na fase do planejamento das mudanças, para que elas atendam verdadeiramente às necessidades internas e do público externo. Essa não se trata da primeira tentativa da Fiocruz de colocar um site ou portal no ar. Antes que a atual fosse disponibilizada, já existia uma outra página, que no entanto não era considerada um portal. Mesmo a definição de portal para a página que atualmente se encontra no ar será questionada ao longo da análise mais detalhada que faremos das ferramentas atualmente disponibilizadas.

Outras novas funcionalidades, ainda não disponíveis no momento, serão brevemente disponibilizadas no Portal, entre elas um banco de imagens, ferramenta muito útil tanto para o público interno quanto o externo. Essa ferramenta não será apresentada aqui, pois ainda encontra-se em seu projeto piloto.

A comunicação e as novas tecnologias da informação são objeto de estudo de alguns pesquisadores dentro da fundação, que realizam mestrados e doutorados nessa área, podendo posteriormente contribuir para a discussão. A capacitação de seus funcionários e o investimento nos mesmos é outra característica da instituição analisada. Entretanto, há pouca disseminação da cultura de trabalho colaborativo entre pesquisadores com linhas de pesquisa similares, e entre pesquisadores com linhas de pesquisa complementares. Além disso, esse trabalho colaborativo também é falho entre as unidades, no que tange à administração de recursos, sejam eles financeiros, de pessoal ou tecnológicos.

Dessa forma, se evidencia mais uma vez o benefício de uma ferramenta que facilite o compartilhamento dos conhecimentos existentes dentro da instituição, assim como as formas de melhor gerir as informações, pode trazer para o melhor aproveitamento dos profissionais que são tão valorizados. A Fiocruz deve, portanto, valorizar seu material humano, favorecendo inclusive interações sociais entre os mesmos. Assim como, presencialmente, um simples almoço entre profissionais, sem o caráter oficial de uma reunião, pode ser muito produtivo, também a criação de identificações virtuais entre as pessoas que compõem a fundação pode favorecer a troca criativa e inicialmente desprestigiada de idéias, o que, futuramente, pode ser convertido em ações voltadas para o benefício institucional.

Essa interação social entre os profissionais deve ser estimulada, de forma que faça parte da rotina institucional as constantes conversas e trocas de experiências e conhecimentos, assim como esse tipo de relação se dá naturalmente em uma sociedade organizada em rede. As pessoas já fazem esse tipo de contato extra-oficialmente, em conversas por programas de conversação instantânea como o MSN, entre outros. Assim como utilizam essa tecnologia para conversar com pessoas com as quais têm afinidades pessoais, o mesmo pode ser feito com as afinidades profissionais, de forma casual, o que cria uma maior boa vontade para discutir temas que podem ser relevantes para os seus trabalhos. Criando um ambiente virtual que possibilitasse esse tipo de contato entre as pessoas dentro de uma instituição, no exemplo analisado, um portal, certamente isso favoreceria a disseminação do uso da ferramenta.

No campo do desenvolvimento tecnológico, especialmente, a troca de conhecimentos e experiências, a interação em rede, tanto profissional quanto social, debatendo o meio utilizando o próprio como palco para essa interação, compartilhando dúvidas, conversando sobre formas de adaptá-lo e atuar diretamente sobre ele de maneira a melhor atender às suas necessidades específicas só traz benefícios ao indivíduo e à instituição. Essa é uma atividade que a organização em rede favorece, que garante o aprimoramento contínuo do profissional que busca ativamente pensar e atuar na construção do meio e que traz, conseqüentemente, resultados positivos para a instituição também.

Essas possibilidades foram todas consideradas na discussão e concepção do Portal Fiocruz. Houve um trabalho prévio de discussão e escolha de tecnologias, ferramentas e criação de uma arquitetura, que começou aproximadamente dois anos antes que o portal fosse concretizado. Apesar desse trabalho, o portal continua em pauta nas discussões da instituição. Veremos, a seguir, quais das idéias tidas como ideais foram executadas no modelo de portal atualmente no ar.

### 5.3 – Análise do Portal:

Faremos, nesse tópico, uma análise do portal Fiocruz segundo alguns dos tópicos propostos em outro capítulo desse trabalho, sobre construção de portais, abordando ainda alguns detalhes específicos em relação às opções adotadas pela instituição.

## Rede Fiocruz:

Os sites das unidades e alguns programas ligados à Fiocruz estão hospedados em servidores próprios, mas existe uma rede própria da instituição, a Rede Fiocruz<sup>56</sup>, que interliga as redes de dados e departamentos do campus de manguinhos e sua expansão, no Rio de Janeiro, e também o IFF, instituto localizado fora do campus, no bairro do Flamengo, no Rio de Janeiro.

É a Rede Fiocruz quem administra a rede central (backbone) de dados da fundação. Devido ao tipo de organização descentralizada da Fiocruz, o desenho dessa rede procurou reproduzir a realidade da instituição, onde cada unidade tem certa autonomia em relação ao todo. O projeto foi feito de forma a suportar a ligação das várias redes: há uma rede central e uma rede interna em cada unidade, gerada e administrada por pessoas internas a elas. Podemos ver, no anexo II, o mapa da Rede Fiocruz.

O serviço da Rede Fiocruz é vinculado de forma terceirizada à fundação, que presta ainda outros serviços, tais como a abertura de e-mails @fiocruz, suporte, apoio computacional, agenda virtual, entrada ou saída da lista de e-mails geral da Fiocruz, transmissão de eventos, vídeo conferência, etc.

## Orientações da W3C

A orientação geral para o portal é a de que o mesmo siga as orientações do W3C, organização que se encarrega do desenvolvimento e manutenção dos padrões para a web. Existe ainda um documento com diretrizes internas para os sítios, e conseqüentemente, para o Portal da Fiocruz na internet

## Planejamento

O planejamento para a implementação do projeto foi longo. As primeiras discussões começaram em 2003, tendo o portal entrado no ar apenas em meados de 2005. Reuniões, apresentações em fóruns técnicos, e ações de capacitação com alguns

---

<sup>56</sup>

Mais informações no site [www.redefiocruz.fiocruz.br](http://www.redefiocruz.fiocruz.br)

profissionais da fundação das áreas de comunicação visual e informática foram feitas para que se pudesse implantar o projeto Portal na fundação. Documentos de diagnóstico e sugestões foram produzidos por profissionais de informação da instituição, que ajudaram a pautar a organização ou arquitetura que encontramos hoje no portal.

Apesar desse planejamento e reunião entre alguns profissionais específicos das áreas ligadas à construção do portal, o projeto editorial do portal nunca foi apresentado à comunidade da fundação como um todo, não ficando claro, em alguns momentos, o porquê das escolhas feitas em relação à arquitetura e disposição de elementos no portal.

Em relação ao conteúdo vinculado no portal e nas páginas a ele ligadas, não há um conselho editorial que se dedique a controlar essa questão. O conteúdo é de responsabilidade de cada unidade, refletindo mais uma vez a questão da organização horizontal da Fiocruz e da grande autonomia que cada unidade tem em relação ao todo institucional.

Durante o planejamento, grande parte do tempo foi despendida para a escolha do software para a publicação de conteúdos no portal. Após as discussões, a opção foi feita, e será apresentada a seguir.

#### Gerenciador de Conteúdo:

O portal, no ar desde 25 de maio de 2005, tem seu gerenciamento de conteúdo feito por um software nacional, o Publique, desenvolvido em linguagem Lua, criada na PUC - Rio. A licença para o uso desse gerenciador on-line foi adquirida pela Fiocruz e pode ser repassada a todas suas unidades. A proximidade física com os criadores da linguagem, já que vivem no Rio de Janeiro, é positiva devido a possibilidade de diálogo e construção conjunta de modificações para a melhora do software. Essa ferramenta já está consolidada e tem constantemente versões atualizadas sendo disponibilizadas.

O Publique já foi adotado por inúmeras empresas nacionais, tais como Ancine, Banco do Brasil, e Embaixada do Brasil no Chile. O gerenciador é multiplataforma, ou seja, pode ser entendido e processado por máquinas que rodam diferentes sistemas operacionais. Além disso, o publique permite ainda um portal multi-idíomas. Outra característica da ferramenta é que a mesma é multi-sítios, podendo integrar todos os sítios de unidades ligados à Fiocruz.

Apesar de existir esse publicador, adotado pelo portal, não há na Fiocruz, ainda, a ordem para que todos os sites migrem para o Publique. Essa é uma orientação, não uma determinação. Devido a estrutura pouco centralizada da Fiocruz, a escolha foi por deixar a cargo das unidades a adoção ou não do Publique. Mesmo porque esse publicador não impede a integração com os diferentes tipos de bancos de dados existentes na Fundação. A ferramenta possui ainda um sistema de buscas em bancos de dados que permitem a busca com diversos filtros.

Dessa forma, há uma autonomia para cada sítio de unidade ligado ao portal. A gestão do conteúdo é feita internamente, assim como o desenvolvimento de seu layout, a não ser que a unidade deseje um modelo pronto. Dentro do Publique, foi disponibilizado para toda a fundação um “cardápio de templates” (anexo III), para aquelas unidades que desejam adotar o publique e não possuem desenvolvedores e designers próprios.

Há uma apresentação on-line disponível no site da “Fábrica Digital” <sup>57</sup>, desenvolvedora do software publique. Podemos observar, no anexo IV, algumas telas do publique e uma figura que representa o esquema de diferentes perfis para a publicação dentro do Publique.

Diferentes módulos comportam os possíveis perfis que podem atuar no portal, em um local onde o profissional executa suas ações, como gerenciamento de usuários, importação ou exportação de base de dados, a publicação de matéria, acesso a um menu de templates, caso o interesse usar um dos modelos criados pelo portal, a customização desse layout escolhido, entre outros detalhes. Por meio do gerenciador, também, se coloca disponível para todas as unidades os códigos referentes a aplicações como o como mapa do site, busca no site, menu dinâmico, data e hora, acesso rápido, caminho percorrido, envio de matérias, RSS, fale conosco, newsletter, enquete e fórum de discussão.

#### Interface do Portal Fiocruz:

Faremos agora uma análise ponto a ponto, apenas observando a interface da página inicial do portal fiocruz, que pode ser observada no anexo IV.

---

<sup>57</sup> Disponível em <http://www.fabricadigital.com.br/publique>.

Começando pela parte superior da página, podemos observar alguns dos pontos importantes do portal: inicialmente, o uso das **barras** do Governo Federal e da própria Fiocruz, ambas sendo obrigatórias para qualquer sítio ligado à instituição. Na barra do governo há um link para o site do ministério da saúde, para o do próprio governo federal e uma classificação relativa ao site da Fiocruz, como um “Portal de Serviços do Governo” dentro do contexto dos sítios federais.

A barra da fundação, além do link para o próprio portal, acessado por meio da figura do castelo, já apresenta alguns serviços de interatividade, sendo eles o serviço de webmail (que encaminha para a página de e-mail da unidade ao qual o e-mail está cadastrado), o fale conosco (funcionando por meio de formulários), a busca no portal, e a possibilidade de ver a página em suas versões em inglês e espanhol.

Testando a ferramenta dessa barra, podemos perceber uma falha no conceito do portal: a busca se dá apenas na página no portal, não contemplando os conteúdos presentes nas páginas a ela ligadas. Ou seja, os bancos de dados das diferentes unidades não estão integrados de forma a permitir uma busca única. Essa é uma questão crucial em um portal que ainda não está devidamente resolvida no portal Fiocruz. Como já foi dito, o problema não é de ordem técnica, já que a ferramenta por eles utilizada, o Publique, possibilita essa integração.

Outra questão que se evidencia por essa barra: as versões do site em inglês e espanhol não contêm todos os níveis de menu que a página original, especialmente a versão em espanhol. Indo mais adiante, percebemos que esse é um serviço que apenas o portal oferece, pois quando entramos nas páginas das unidades, não é possível a visualização de versões em outras línguas. Dada a importância da Fiocruz na América Latina e no mundo, com suas parcerias, esse fato mostra uma falha de acessibilidade, já que restringe o acesso a um público específico, o estrangeiro. Esse fato deixa também clara a questão de que não há integração real entre serviços e ferramentas do portal com os demais sítios a ele ligados.

Continuamos com a observação dos itens de menu, abrindo também os sub-menus, percebemos que são itens em demasia para quem pretende orientar a navegação do usuário. Falha na arquitetura de informações, que deve orientar o usuário com títulos ou rótulo simples, com os quais o usuário possa se orientar quase intuitivamente, com o mínimo de cliques possíveis. Num universo tão grande de opções, parece que o menu

sofre do mesmo problema que o usuário pretende fugir ao optar por um portal: o excesso de informações. Acreditamos que em uma arquitetura de informações mais eficientes, o número de opções no menu poderia ser menos extenso, ou ainda, com títulos mais explícitos e claros para as pessoas que não conhecem bem os serviços da Fiocruz, ou seja, o visitante externo.

Ainda observando o menu, vemos algumas opções essenciais para um portal: o link para o mapa do site, onde o usuário pode se orientar; os serviços disponibilizados pelo portal, que são o fale conosco, webmail, enquête e newsletter; e o expediente do portal, com o contato de e-mail dos responsáveis pela construção do portal. Essas seriam, portanto, as ferramentas de interatividade disponíveis no portal. Existe uma outra ferramenta criada no âmbito da Fiocruz que não está apontada na página do portal, a Comunidade Virtual Fiocruz. Desenvolvida por membros da equipe do portal, essa ferramenta já é amplamente utilizada para discussões entre profissionais, organizados em grupos de trabalho, cujos temas atualmente são justamente questões do portal. Mais adiante, trataremos melhor sobre essa ferramenta. O que é preciso pontuar agora é que a ausência dessa ferramenta na página do portal da Fiocruz constitui uma falha. Ela poderia, ainda e mais eficientemente, estar disposta na intranet, caso a mesma fosse utilizada sistematicamente na fundação, o que não acontece, como abordaremos adiante, quando no tópico sobre a intranet.

Outro ponto que sentimos falta no menu é uma chamada para um dos serviços fins da fundação, que é o atendimento médico. Há menus para a parte de cursos, outro para o ensino e mais um para a pesquisa. Mas para o atendimento, que completa o tripé básico das atividades, não há uma opção claramente definida. Esse tópico está dentro de um sub-menu do menu “serviços de referência”. Por sua importância na fundação, consideramos que devia haver um maior destaque, e novamente, um título mais explícito.

Abaixo do menu, existem dois selos: um do W3C, que garante que a página é válida em xhtml 1.0, referente a *webstandards* e acessibilidade. Como já foi dito antes, o portal optou por seguir os padrões definidos pela W3C.

Passando para o conteúdo disposto à direita do menu, observamos uma coluna com links de páginas ligadas à fundação, não propriamente de unidades, mas de serviços e programas como a agência Fiocruz de notícia, a editora Fiocruz, o Canal



Saúde, entre outros. O critério para o destaque desses serviços e programas não é claro, já que existem tantos outros ligados à Fiocruz, que mereceriam tanto destaque quanto os escolhidos para formar essa coluna.

Abaixo desse menu, há ainda um espaço para acesso rápido de alguns itens no site que nos parece totalmente desnecessário, ou, no mínimo, mal planejado. Novamente, não fica claro qual o objetivo em destacar as opções “presidência”, “institutos” e “acervos bibliográficos” sobre as demais seções do portal. Logo abaixo aparecem ainda links para os programas governamentais ‘Farmácia Popular’ e ‘Fome Zero’.

A terceira coluna do portal é dinâmica, e traz, dividida em perfis (notícias, pesquisador, profissionais de saúde e estudantes) uma parte de atualidades. Esses perfis, entretanto, só modificam essa seção, de atualidades, não constituindo propriamente uma customização do portal para dado tipo de público, como seria uma opção mais avançada do portal. Nesse contexto, todo o portal se modificaria ao acessar dado perfil, de forma que as informações mais interessantes para esse tipo de usuário tivessem mais destaque que as demais. Mas, o que acontece atualmente é apenas a mudança das notícias em destaque na página inicial, como podemos observar no anexo VII.

Há um banner em destaque, acima das colunas da direita, chamando para notícias do concurso público da Fiocruz, em andamento no momento da análise do portal. Esse banner é sempre utilizado para chamar a atenção sobre alguma questão crucial nos diferentes momentos da fundação.

A última coisa a ser comentada apenas com a simples observação da página inicial do portal é a identificação, na parte inferior, do endereço e telefone do campus, além de um mapa do mesmo, o que é extremamente necessário para a localização num espaço físico tão grande como o citado campus.

#### Considerações sobre design, usabilidade e acessibilidade

Em relação ao design e identidade do portal, há uma constância nas páginas dentro do portal, assim como há uma orientação que o mesmo caracterize as páginas de todas as unidades ligadas à Fundação, o que não funciona efetivamente. Barras do Governo e da Fundação, logomarca da Fiocruz à direita (presente na barra) , indicação

da Unidade abaixo, layout alinhado à esquerda, sites fixos, e não fluidos, são as orientações básicas que indicariam uma unidade de todas as páginas ligadas à fundação, o que não seguido pelas unidades.

Outra questão que chama atenção no portal da Fiocruz e nas páginas a ele ligadas é o desnível entre as páginas das unidades que a compõe. Não apenas na questão de design e identidade, como apontado anteriormente, mas também no entendimento de conteúdo, arquitetura de informações, e usabilidade.

Muitas das opções feitas no portal Fiocruz, e mais uma vez, não seguidas pelos sites a ele ligados, respondem a algumas heurísticas de usabilidade, tais como: uso limitado de cores e fontes (são duas no portal); Ocupar 50 a 80% da página com conteúdo e cerca de 20% com informações sobre a navegação (a proporção no portal é de 65% para 25%, aproximadamente); evitar desenhos e texturas ao fundo da página (não utilizam); e evitar imagens, propagandas, textos e figuras animadas.

Em relação ao controle do usuário, há sempre a possibilidade de retorno a página inicial, o caminho percorrido pelo usuário para chegar à dada seção (anexo VIII), o serviço de busca (que como já foi dito, abrange apenas as seções do portal, e não o conteúdo de todas as unidades), e a ausência de rolagem horizontal de tela. Todos esses são pontos positivos, mas é preciso ainda minimizar o número de cliques, que ainda parecem excessivos em algumas seções.

Já algumas ferramentas simples de acessibilidade, como uma “lente” que aumente o tamanho da letra utilizada, por exemplo, não estão disponíveis. Um recurso de acessibilidade disponível é a ferramenta que mostra a descrição em palavras das imagens disponibilizadas no Portal. Outro, já citado, são as versões do portal em outros idiomas. No avaliador de acessibilidade 'Da Silva', o site apresenta apenas uma falha de acessibilidade. O erro localizado diz: “Não criar páginas de atualização automática periódica, até que os agentes do usuário possibilitem parar essa atualização.” Um último aviso também identificado na análise orienta para: “Não utilizar marcações para redirecionar as páginas automaticamente, até que os agentes do usuário possibilitem parar o redirecionamento automático. Ao invés de utilizar marcações, configurar o servidor para que execute os redirecionamentos.”

Evidenciando a questão de que as páginas das unidades ligadas à Fiocruz não seguem um padrão que as identifique como parte do portal e da Fiocruz como um todo, podemos observar alguns exemplos (anexo IX).

Serviços de interatividade:

Os serviços de interatividade oferecidos são o “Fale Conosco” e a Enquete. A enquete disponível (anexo X) é a mesma desde o momento de inauguração do Portal. A pergunta, não muito específica, que se perpetua é: “dê sua opinião sobre o portal Fiocruz”. É evidente que não há uma preocupação em utilizar essa ferramenta intensivamente, dado o abandono em relação à mesma. Não há disponível ao público, também, o resultado parcial da enquete, o que desestimula a participação dos mesmos.

Já o “Fale Conosco”, construído em formulário, como já foi dito, é uma ferramenta mais bem aproveitada na Fundação. Disponibilizar tal serviço no portal da fundação pressupõe que as dúvidas e questões serão encaminhadas às pessoas mais adequadas para respondê-las. A equipe responsável pela ferramenta, então, criou um sistema de gerenciamento da mesma, que funciona no sentido não só de encaminhar as dúvidas, mas também de monitorar a evolução do atendimento até que a requisição esteja solucionada. Dessa forma, foi possível melhorar o tempo de resposta às solicitações, além de agilizar o trabalho dos profissionais responsáveis pela avaliação do “Fale Conosco”.

A ferramenta entrou no ar em setembro de 2005, permitindo as seguintes funções: cadastro de todos os consultores, ou seja, aqueles contatos que respondem às solicitações recebidas; listagem de e-mails lidos, respondidos e encaminhados; instrumento de busca dos e-mails por data ou assunto; possibilidade de encaminhamento da mensagem para mais de uma área; possibilidade de cadastramento de administradores das Unidades, o que permite uma maior cooperação para o uso da ferramenta; acesso para o administrador geral; geração de relatórios, especificando os tipos de mensagens recebidas. Além dessas funcionalidades, uma característica importante é a simplicidade da ferramenta, que favorece o fácil manuseio da mesma, como podemos conferir no anexo XI.

Essa ferramenta está disponível para ser integrada à todas as unidades da Fiocruz, bastando as mesmas se cadastrarem na seção de “administradores das Unidades”. Atualmente, só mais uma unidade, o CICT, está integrado a essa ferramenta.

## Intranet

A Fiocruz não possui, efetivamente, uma intranet única que agregue e atenda à todas as unidades. Há, porém, algumas iniciativas de intranets internas em cada unidade. Assim como em relação às páginas na internet, essas diferentes intranets internas também são bastante desiguais: algumas unidades a possuem e utilizam de forma sistemática e eficaz, enquanto outras nem mesmo as têm. O certo é que não existe uma intranet em nível institucional. Existe sim, uma página, no ar desde junho de 2002, que é considerada como a intranet geral da Fiocruz, somente acessada pelos ips do campus de Manguinhos, mas que não faz parte das rotinas de trabalho dos profissionais da Fiocruz. Muitos deles não têm nem mesmo a consciência da existência dessa página. . Sem a criação da mobilização e envolvimento de todos em relação à ferramenta, de nada adianta apenas disponibilizá-la. A página possui alguns serviços, mas está com informações totalmente desatualizadas. Além disso, não há atualmente nenhuma equipe responsável pela mesma. Podemos observar (anexo XII) a interface atual da intranet Fiocruz.

Um mapeamento sobre as iniciativas de intranet dentro da fundação está sendo produzido, e é consenso que existe a necessidade de criação de uma intranet única, a qual todos os funcionários da fundação teriam acesso por meio de login e senha, podendo portanto ser acessada também de casa. No ponto de vista técnico, não há impedimento algum para isso. O que estão fazendo, no momento, é o planejamento e mapeamento de iniciativas e necessidades dos públicos internos em relação à intranet. Planejar e mapear, ações essas sempre proveitosas para os projetos de comunicação.

A criação dessa intranet eficaz e única poderia agregar todos os serviços que hoje são disponibilizados de forma isolada para cada unidade. As intranets específicas das unidades se proliferaram principalmente devido à inexistência dessa instância central no nível desejado pelos profissionais. A necessidade de estabelecimento de uma intranet forte e efetivamente útil e é claramente percebida pelos profissionais da

fundação, que utilizando uma das ferramentas existentes a seu dispor, as comunidades virtuais, vêm discutindo a criação não mais de uma simples intranet, e sim sua evolução conceitual, um portal corporativo da Fiocruz.

Um portal corporativo eficiente poderia facilitar a disseminação e controle das informações locais e também a automação de certos procedimentos e processos internos. A Intranet poderia ser colocada dentro do portal e uma pessoa que não estivesse na Instituição poderia acessar essa intranet, que funcionaria como ponto de apoio e suporte tecnológico para as Intranets das unidades.

### Comunidade Virtual

Como já observamos na análise feita até o momento, não há a menção à existência da ferramenta de comunidade virtual, nem no portal, nem na intranet da Fundação. Esse tipo de ferramenta, que favorece a integração das pessoas envolvidas com a fundação, que podem trocar informações e conhecimentos, se disponibilizada em algum desses meios, poderia servir a toda a comunidade interna e externa à Fiocruz.

A ferramenta já foi criada, e é utilizada para fins específicos, como a discussão e organização de grandes eventos ligados às atividades da Fiocruz, ou ainda, como grupos de discussão e trabalho on-line, focados em questões específicas. A ferramenta existe e, novamente, não há nenhuma questão técnica que impeça a adoção da mesma por todas as unidades da Fundação.

Essa ferramenta permite o acesso em diversos níveis: como administrador, moderador ou usuário. O administrador tem acesso à todas as funcionalidades dos demais níveis, podendo, além disso, convidar novos membros para a comunidade, criar novas seções dentro de cada grupo de discussão ou, ainda, criar um novo grupo de discussão. O moderador tem a possibilidade de editar ou excluir os tópicos, comentários, documentos e quaisquer outras informações postadas pelos usuários comuns. Os usuários, portanto, têm o nível mais baixo de acesso, podendo postar novos tópicos e comentar os demais. Além disso, há ainda a possibilidade de os participantes de um grupo acompanharem as discussões dos outros grupos, mesmo não estando cadastrados. Dessa forma, podem ter acesso às discussões, mas sem a possibilidade de

intervir diretamente, com comentários ou criação de novos tópicos. Algumas telas da comunidade virtual podem ser conferidas no anexo XIII.

Há ainda um segundo modelo de comunidade virtual, desenvolvido exclusivamente para atender as necessidades de uma unidade, a Ensp, mas que também poderia ser utilizado por toda a Fundação, não havendo nenhum impedimento técnico para isso.

A questão da comunidade virtual traz à tona, mais uma vez, a clara falta de integração que impede que hoje a Fiocruz possa trabalhar e estabelecer com a sociedade uma relação em rede de forma eficaz e completa. Meios técnicos não faltam, o que falta é justamente a criação dessa cultura de cooperação e troca dentro da instituição.

#### 5.4 – Considerações gerais sobre o Portal Fiocruz

A partir da análise acima apresentada, podemos perceber que o nível de entendimento da ferramenta portal na Fiocruz é ainda bastante cru, precisando se aprimorar para que se constitua verdadeiramente em um portal que sirva à comunidade interna e externa à fundação. O que percebemos hoje é que a Fiocruz possui uma página na internet, com links para outros sites a ela ligados e poucas ferramentas de interatividade, o que torna a classificação de portal parcialmente inadequada. A questão da interligação dos bancos de dados, para que se possa realizar uma busca em todo o conteúdo da Fiocruz, abrangendo todas as unidades, além da falta de unidade visual e desnível tanto de conteúdo quanto de ferramentas entre os diversos sítios ligados à fundação são os maiores impedimento para que a página da Fiocruz seja considerada como um portal completo. Sem integração e unidade, não há um portal real.

A questão da intranet e de sua evolução natural, um portal corporativo, está ainda menos avançada na fundação. Ferramentas que favorecem a troca entre os profissionais, como a comunidade virtual, já criada na Fundação, não estão discriminadas na página da intranet atualmente no ar. Isso porque a intranet efetivamente não funciona, não está incorporada na cultura da fundação. Os processos de trabalho, dessa forma, deixam de ser realizados no ambiente cooperativo que um portal corporativo favoreceria.

Podemos considerar que o 'Portal Fiocruz' é sim um portal sim, na medida em que centraliza o acesso às demais páginas e às informações ligadas à fundação, mas não atinge seu objetivo maior, de criar uma unidade, integrando pessoas e processos da Fiocruz como um todo.

A necessidade de integração em uma instituição como a Fiocruz é evidente. A fundação conta com os profissionais capazes de avançar nas questões das tecnologias de informação e na gestão do conhecimento. Não podemos esquecer, entretanto, que a Fiocruz é uma instituição pública, com fins ligados à assistência médica e a pesquisa científica. Essas particularidades deixam subentendida a questão de prioridade de recursos. A comunicação é um trabalho muitas vezes invisível, mas não por isso menos importante. Apesar da visão aberta e integrada à Era da Informação, da boa vontade de profissionais e direção, os investimentos na área de comunicação nem se comparam aos de empresas privadas, ou de grupos cuja atividade fim seja justamente a comunicação. Dessa forma, o trabalho é executado dentro de limites orçamentais pouco elásticos.

Motivações não faltam à instituição para que a mesma se dedique ao contínuo melhoramento de seu portal. Os profissionais têm plena consciência disso, e trabalham atualmente para tornar real todas as potencialidades do meio. Há um movimento atual na fundação, especialmente da base tecnológica, para promover maior troca e ir avançando na medida do possível, dentro de restrições que se apresentam ao longo do caminho. Como foi demonstrado ao longo do trabalho, existe uma série de etapas que devem ser cumpridas, especialmente de mapeamentos e planejamento, para que se possa chegar ao modelo ideal de um portal. E, para alcançá-lo, é preciso criar uma cultura de troca dentro da instituição, para que ela se intensifique com e ganhe forças com o uso sistemático de um portal.

O portal atualmente no ar constitui a primeira tentativa de avançar em relação do conceito de um simples site para o de um portal dentro da Fiocruz. As discussões dentro da instituição continuam, mas esse trabalho é finalizado aqui, ficando para futuras análises a observação de um portal mais completo, direção para a qual o Portal Fiocruz caminha.

## 6 – Conclusão

Tentamos mostrar por meio desse trabalho um pouco da importância de se conhecer e utilizar as novas tecnologias da informação para trazer benefícios à comunicação institucional, tanto em seu âmbito interno quanto externo. Os profissionais de comunicação devem estar atentos a essas mudanças que tanto revolucionaram e continuam revolucionando nossas relações sociais e profissionais.

Para conseguir provar a relevância da discussão, procuramos contextualizar e mostrar os fatores que transformaram o conceito de informação no ponto central de nossa sociedade hoje. Procuramos ainda, apresentando conceitos específicos do meio virtual, criar uma espécie de guia para possíveis ações práticas de profissionais de comunicação na direção da construção de ambientes virtuais bem planejados, integrados e eficazes.

Vivemos em uma sociedade de trocas, organizada em rede, e sustentada, cada vez mais, por tecnologias da informação em constante evolução. Diversos níveis de nossas vidas já foram afetados por essas tecnologias, e esse trabalho foi apenas um passo na direção de convocar os profissionais de comunicação a pensar a criação e adoção de uma das ferramentas possíveis, no caso, os portais. A adoção dos portais surge com o intuito de promover a integração, a gestão do conhecimento e a construção da lógica de rede também nas instituições, refletindo a atual organização de nossa sociedade.

Utilizando o exemplo de uma grande instituição pública nacional, a Fiocruz, mostramos o quão complexo é o caminho em direção de um portal eficaz. Não é um trabalho simples, sendo preciso planejamento e constantes reavaliações e atualizações para que se consiga aproveitar as potencialidades da ferramenta. Ficou clara ainda, por meio do estudo de caso, a importância de se criar uma cultura dentro da instituição favorável a cooperação e troca, cultura essa que o meio virtual e um portal bem construído pode facilitar e estimular.

A cada dia novas tecnologias e ferramentas são criadas para auxiliar o desenvolvimento do meio virtual. Dessa forma, esse trabalho não pretendeu de forma alguma finalizar a questão, já que, considerando as peculiaridades do meio, acreditamos que a mesma nunca estará esgotada.



## Bibliografia:

AGNER, Luiz; SILVA, Fábio. *Uma introdução à disciplina de Arquitetura de Informação: Conceitos e discussões*, Anais do 2º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro: ANPED, outubro de 2003

BARBOSA, Suzana. *Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia*. Bahia: UFBA, 2002

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial – teoria e pesquisa*. São Paulo: Manole, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

\_\_\_\_\_. *A sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CARVALHO, Marcelo Sávio R.M., CUKIERMAN, Henrique Luiz. *Os primórdios da internet no Brasil*. Rio de Janeiro: UFRJ. Disponível em: [http://www.mci.org.br/biblioteca/os\\_primordios\\_da\\_internet\\_no\\_brasil.pdf](http://www.mci.org.br/biblioteca/os_primordios_da_internet_no_brasil.pdf)

DIAS, Cláudia Augusto. *Portal corporativo: conceitos e características*. *Ci. Inf.* [online]. jan./abr. 2001, vol.30, no.1. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652001000100007&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100007&lng=pt&nrm=iso)

KUMAR, Kristian. *Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna – Novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?*. São Paulo: Editora 34 ltda, 1996.

LOPES, Boanerges. *O que é Assessoria de Imprensa?*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

NIELSEN, Jakob. *Projetando Web Sites*. Rio de Janeiro: Campus, 2000

PENTEADO, Roberto de Camargo Filho. “Assessoria de Imprensa na Era Digital” In *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia: teoria e técnica* /Jorge Duarte (organizador) São Paulo: Atlas, 2002

PINHO, J.B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. *Comunicação Empresarial/Comunicação Institucional – conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986

REIS, Maria Elisa Andries dos. *Portal Corporativo como Ferramenta de Gestão do Conhecimento*. Rio de Janeiro: ENSP/FIOCRUZ, 2005.

TARAPANOFF, Kira, ARAUJO JUNIOR, Rogério Henrique de y CORMIER, Patricia Marie Jeanne. *Sociedade da informação e inteligência em unidades de informação*. *Ci. Inf.* [online]. set./dez. 2000, vol.29, no.3 Disponível em:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652000000300009&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652000000300009&lng=es&nrm=iso)

TEIXEIRA, Pollyana. *Usabilidade e Exercício do Jornalismo dentro do formato Portal no Brasil*. São Paulo: ECA/USP, 2002.

Principais Sites consultados:

ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial)  
<http://www.aberje.com.br>

BOCC – Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação - <http://www.bocc.ubi.pt/>

Fiocruz - <http://www.fiocruz.br>

Intranet Portal – <http://www.intranetportal.com.br>

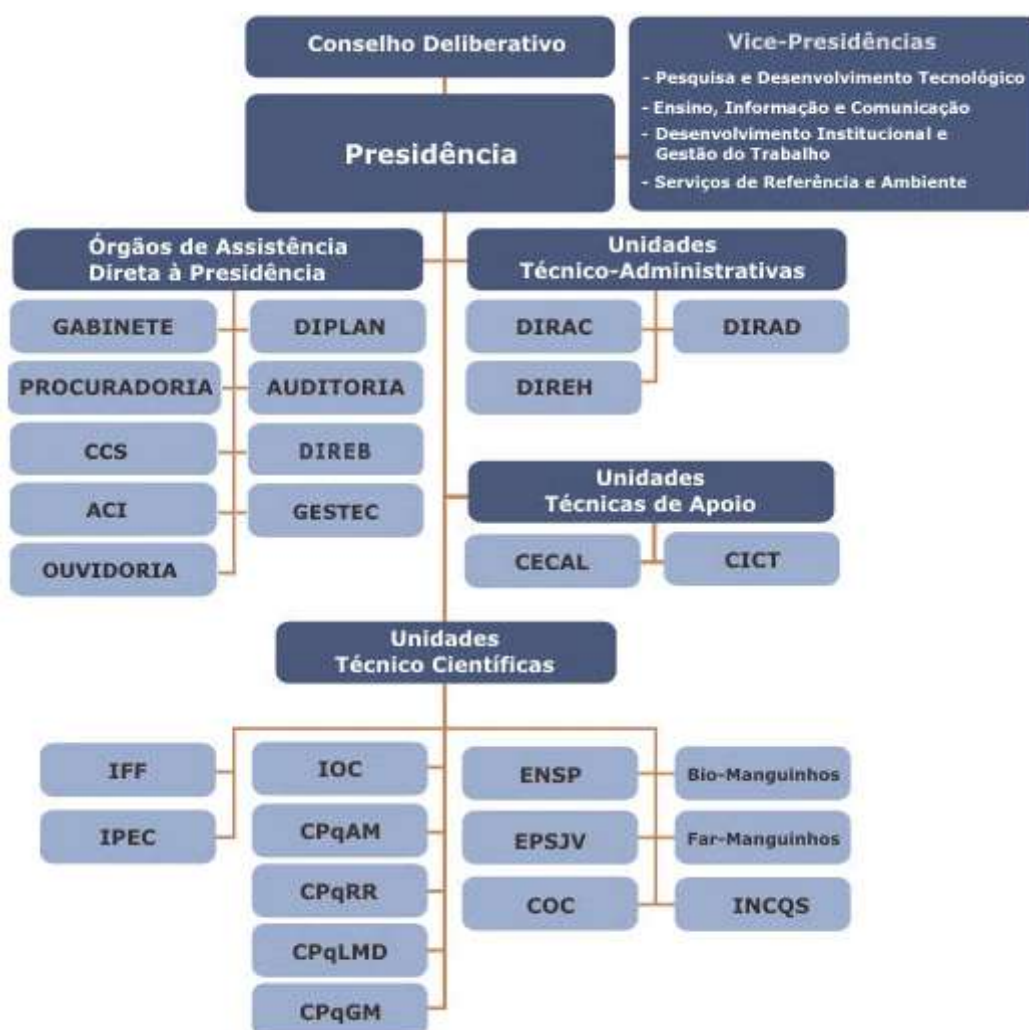
SERPRO (Serviço de Processamento de Dados) - <http://www.serpro.gov.br>

Scielo - <http://www.scielo.br>

Web Insider – <http://www.webinsider.com.br>

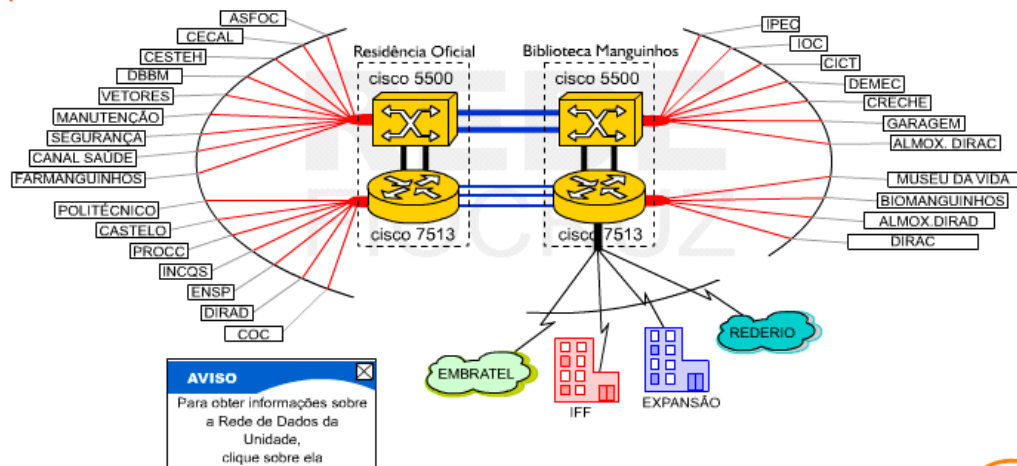
ANEXOS

**ANEXO I:**  
**ORGANOGRAMA FIOCRUZ**



## ANEXO II: Mapa da Rede Fiocruz

### Mapa Sensitivo



## ANEXO III

### Cardápio de Templates

#### Gerenciar template

#### Gerenciar conteúdo

Abaixo, temos a lista dos grupos de templates disponíveis nesta instância. Selecione um grupo de template e clique em "Gerenciar conteúdo" para alterar o conteúdo das áreas do grupo de template selecionado.

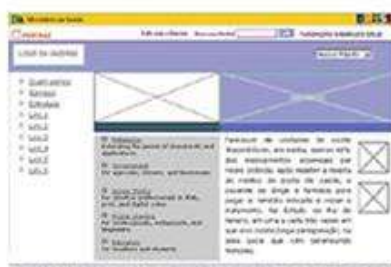
#### Fiocruz\_01



#### Fiocruz\_03



#### Fiocruz\_02



#### Fiocruz\_04



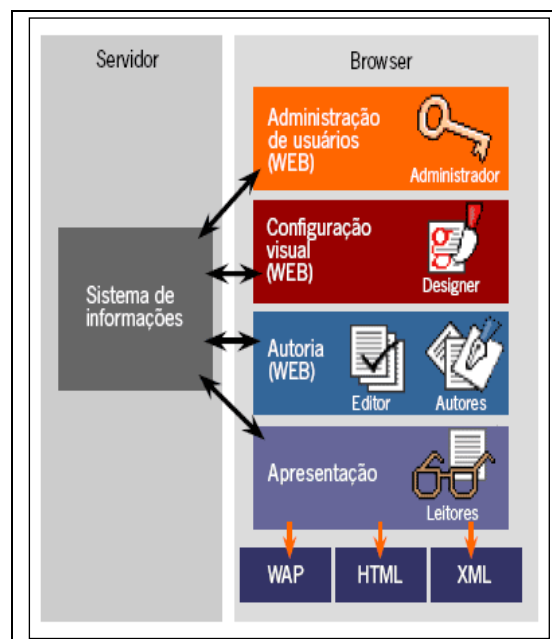
## ANEXO IV

### Publique


#### Página Inicial



#### Diferentes níveis de acesso



## Ambiente autor




 **Autor** Seleccione uma opção Área de trabalho Site Sair




---

**Criar matéria** OK Visualizar Cancelar ?

**Título da matéria**  **Imagem do índice**

Em nome de


**Resumo**   

**Texto da matéria**   

**Gerenciar arquivos** Enviar ?

**Selecionar novo arquivo**

**Descrição do novo arquivo**

**Visualização** 



Mostrar:

Nome	Usuário	Descrição	Data
noticia_imprensa_deslizamento01.jpg	Pedro	Sistema produzirá mapa...	02/12/2005 16:24
noticia_pesquisador_angola01.jpg	Pedro	Vacinação contra polio...	02/12/2005 15:22
noticia_profissional_radis_aids01.jpg	Pedro	Capa da Revista Radis ...	02/12/2005 13:20
		As trajetórias	30/11/2005

## Administração de Usuários

     **Administrador** Seleccione uma opção Site Sair

Selecionar usuário a alterar ?

Acesso	Logim	Nome	Email
 	<u>admin</u>	admin	
 	<u>editor</u>	Editor Chefe	



## ANEXO VI

### Interface Portal Fiocruz



## ANEXO VII

### Diferentes perfis de notícias no portal

<div> <div>ATUALIDADES</div> <div> <div>Notícias</div> <div>Pesquisador</div> <div>Profissional de Saúde</div> <div>Estudante</div> </div> </div> <div> <p><b>Candidatos devem conferir calendário atualizado</b></p>  <p>Homologação do resultado no D.O.U para os candidatos dos editais nº 1 e nº 3 está previsto para o dia 28 de junho</p>  </div> <div> <p><b>Estudo desenvolverá método para diferenciar cepas de peste brasileiras</b></p> <p>Centro de Pesquisa Aggeu Magalhães visa testar duas técnicas moleculares na diferenciação da cepa e no diagnóstico da peste</p> <p><b>Recife abre o 22º Congresso Nacional de Secretarias Municipais de Saúde</b></p> <p>Congresso Nacional das Secretarias Municipais de Saúde (Conasems) conta com participação da Fiocruz e vai até o dia 22 de junho</p> </div>	<div> <div>ATUALIDADES</div> <div> <div>Notícias</div> <div>Pesquisador</div> <div>Profissional de Saúde</div> <div>Estudante</div> </div> </div> <div> <p><b>Corpus Christi na América portuguesa é tema de palestra</b></p>  <p>Instituto Oswaldo Cruz promove conferência com pesquisadora de história da UFRJ no dia 23 de junho</p> </div> <div> <p><b>Palestra aborda informação no genoma humano</b></p> <p>Jornalista Marcelo Leite, do jornal <i>Folha de São Paulo</i>, ministra palestra no dia 22 de junho, dentro da série <i>Encontro às Quintas</i></p> <p><b>Livro aborda temas essenciais à Vigilância Sanitária</b></p> <p>Edição é uma iniciativa da Fiocruz-Brasília e vai ser distribuída gratuitamente às secretarias estaduais de Saúde e às diretorias de Vigilância Sanitária</p> </div>
<div> <div>ATUALIDADES</div> <div> <div>Notícias</div> <div>Pesquisador</div> <div>Profissional de Saúde</div> <div>Estudante</div> </div> </div> <div> <p><b>Seminário sobre diagnóstico de parasitoses recebe inscrições</b></p>  <p>Fiocruz-BA e outras instituições promovem o evento que acontece nos dias 14 e 15 de julho</p> </div> <div> <p><b>IFF abre inscrições para curso de controle de infecções hospitalares</b></p> <p>Instituto Fernandes Figueira oferece vagas para candidatos até o dia 30 de junho. Edital completo está disponível</p> <p><b>IFF oferece vagas para curso de mecânica respiratória</b></p> <p>Interessados têm até setembro para realizar a inscrição. Curso é voltado para médicos pediatras e fisioterapeutas</p> </div>	<div> <div>ATUALIDADES</div> <div> <div>Notícias</div> <div>Pesquisador</div> <div>Profissional de Saúde</div> <div>Estudante</div> </div> </div> <div> <p><b>Documentário do IOC sobre Aedes aegypti é premiado em Cuba</b></p>  <p>Filme, que está em exibição no Parque da Ciência, ganha o segundo lugar em festival</p> </div> <div> <p><b>Mostra Cultural Visa ganhar espaço virtual</b></p> <p>Confira a versão virtual da exposição <i>Vigilância Sanitária e Cidadania</i>. Evento continua aberto até o dia 5 de agosto, no Rio de Janeiro</p> <p><b>Exposição reconta trajetória da Fiocruz</b></p> <p>Mostra reúne vasto acervo sobre a instituição até o dia 1º de janeiro de 2007, no Castelo Mourisco</p> </div>

## ANEXO VIII

### Controle do usuário ("caminho de pão")

Ministério da Saúde Portal de Serviços do Governo

FIOCRUZ Webmail Fale conosco Busca no Portal nk FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ english espanol

Página Inicial | Presidência | Vice-Presidências | Ensino, Informação e Comunicação

Quarta-feira, 21 de junho de 2006

Presidência

Vice-Presidências

Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico

Desenvolvimento Institucional e Gestão do Trabalho

Ensino, Informação e Comunicação

Serviços de Referência e Ambiente

Assessoria da Presidência

Comissões e Câmaras Técnicas

Programas e Projetos

Convênios Institucionais

Plano Quadrienal

### Vice-Presidências

### Ensino, Informação e Comunicação



Maria do Carmo Leal  
Vice-presidente de Ensino, Informação e Comunicação

A vice-presidência de Ensino, Informação e Comunicação cuida da formação de recursos humanos para o Sistema Único de Saúde (SUS) e busca a otimização e articulação dos recursos de informação e comunicação com as atividades de ensino.

## ANEXO IX Falta de Unidade entre as páginas

### Bio-Manguinhos



### Ensp



### Cecal





## CPqRR



## Dirad



## INCQS



## ANEXO X

### Enquete

Ministério da Saúde Portal de Serviços do Governo

**FIOCRUZ** Webmail Fale conosco Busca no Portal  ok **FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ** english espanhol

Página Inicial | Enquete

Quarta-feira, 21 de junho de 2006

Conheça a Fiocruz ▼

Desenvolvimento Tecnológico ▼

Pesquisa ▼

Cursos ▼

Comunicação e Informação ▼

Serviços de Referência ▼

Produção ▼

Programas Sociais ▼

Cooperação Técnica ▼

Editais e Licitações ▼

Serviços do Portal ▲

Webmail

**Enquete**

Newsletter

Ouvidoria ▼

**Serviços do Portal** Enquete

**Dê a sua opinião sobre o Portal Fiocruz**

☐ Bom

☐ Excelente

☐ Péssimo

☐ Ruim

VOTAR

## ANEXO XI

### Ferramenta Fale Conosco

#### Formulário

The screenshot shows the 'Fale com o Portal' (Talk to the Portal) form on the FIOCRUZ website. The header includes the 'Ministério da Saúde' logo, 'Portal de Serviços de Gestão', and 'FUNDÇÃO OSWALDO CRUZ'. The left sidebar contains a menu with categories like 'Conheça a FioCruz', 'Desenvolvimento Tecnológico', 'Pesquisa', 'Casos', 'Comunicação e Informação', 'Serviços de Referência', 'Produção', 'Programas Sociais', 'Cooperação Técnica', 'Editais e Licitações', 'Serviços do Portal', 'Diversidade', and 'Mapa do Portal'. The main form area is titled 'Fale com o Portal' and contains the following fields: 'Data: 07/10/2005', 'Nome: [text box]', 'Empresa: [text box]', 'Cidade: [text box]', 'Estado: [dropdown menu]', 'Sexo: M F [radio buttons]', 'Email: [text box]', 'Telefone: [text box]', 'Natureza: [dropdown menu]', 'Assunto: [dropdown menu]', and 'Mensagem: [text area]'. At the bottom of the sidebar, there are links for 'WC 2014 1.0.0', 'Webstandards e acessibilidade', and 'Ajuda Item 1.0.0'.

#### Ferramenta criada para gerenciar o “fale conosco”

The screenshot shows the 'Fale Conosco' management interface. The header includes the 'Ministério da Saúde' logo, 'FIOCRUZ', and 'FUNDÇÃO OSWALDO CRUZ'. The main title is 'Fale Conosco'. The interface is divided into three main sections: 'Cadastros', 'Listagens', and 'Busca'. The 'Cadastros' section includes links for 'Mensagens', 'Selecionar Área', 'Consultores', 'Palavras-chave', and 'Trocar Senha'. The 'Listagens' section includes links for 'Mensagens', 'Mensagens por Unidade', 'Consultores', and 'Palavras-chave'. The 'Busca' section includes links for 'Busca Avançada' and 'Número Protocolo'. Below these sections, there are links for 'Relatórios' (Relatórios Mensagens, Relatórios Satisfação) and 'Requisições' (Enviar Requisição, Lista de Requisições). At the bottom, there are links for 'Sair', 'Incluir nova mensagem', 'Legenda', and 'Ajuda'.

## Acompanhamento de respostas


Ministério da Saúde




FIOCRUZ

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ

Fale Conosco

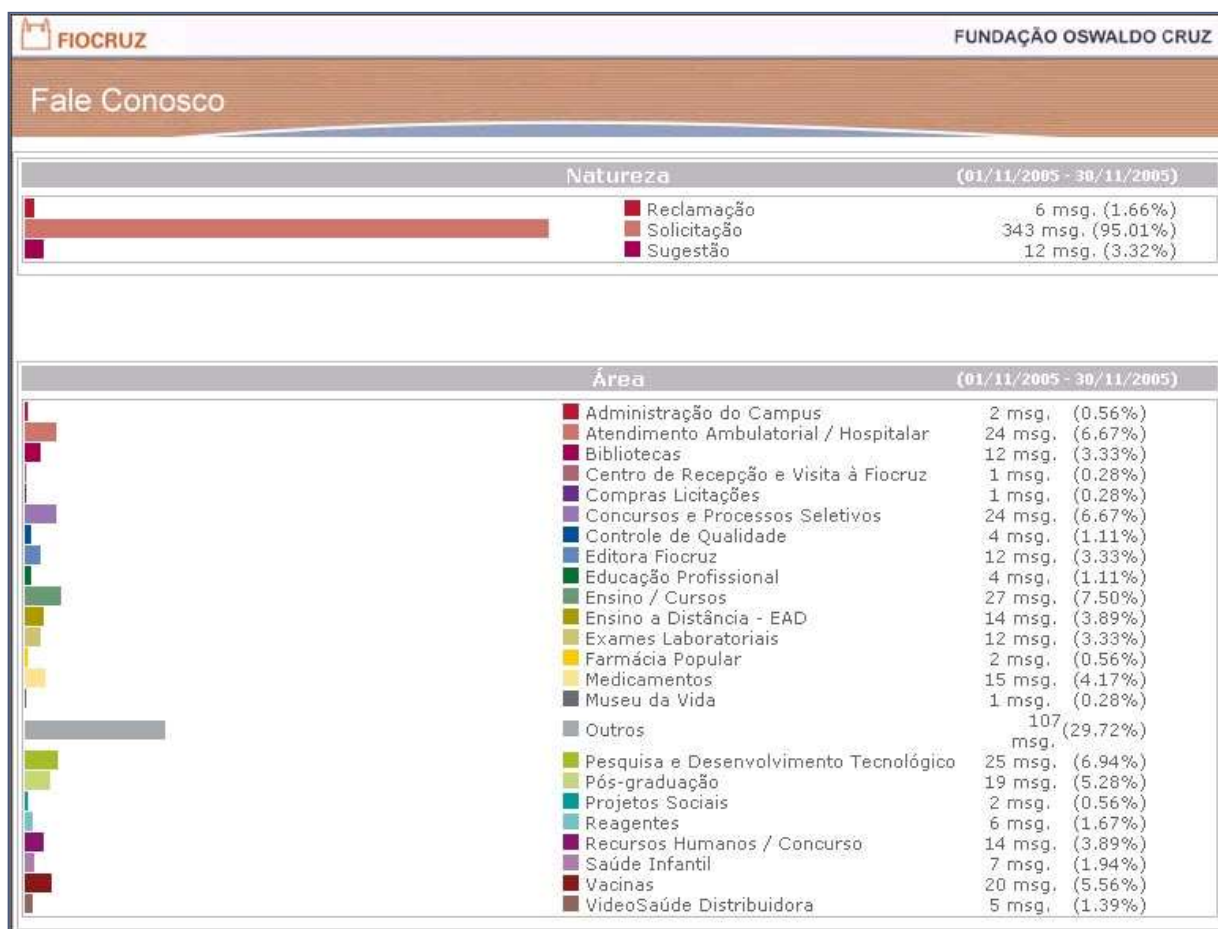
Nome	Natureza	Data	Assunto	Editar
Francesca Werner Ferreira	Solicitação	30/11/2005	Outros	Detalhes <b>enc. cons</b>
marcelo	Solicitação	30/11/2005	Outros	Detalhes <b>respondida</b>
ADRIANA SILVA	Solicitação	30/11/2005	Saúde Infantil	Detalhes <b>não lida</b>
Robson Peixoto Pereira	Solicitação	30/11/2005	Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	Detalhes <b>respondida</b>
Amanda de Souza da Motta	Solicitação	30/11/2005	Outros	Detalhes <b>respondida</b>
Amanda Motta	Solicitação	30/11/2005	Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	Detalhes <b>não lida</b>
teste marcelo novo	Sugestão	30/11/2005	Outros	Detalhes <b>resp. cons</b>
Gabriela Andrade	Solicitação	30/11/2005	Pós-graduação	Detalhes <b>respondida</b>
luis renato nevesdeolivera	Solicitação	30/11/2005	Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	Detalhes <b>não lida</b>
Michele Nacif	Solicitação	30/11/2005	Vacinas	Detalhes <b>enc. adm</b>

1
|
2
|
3
|
4
|
5
|
Fim
361 Registro(s)

Administração
|
Todas
|
Pendentes
|
Não Lidas
|
Recebida Ouvidoria
|
Enc. Consultor
|
Recebida Unidade

Respondidas
|
Resp. Consultor
|
Período
|
Legenda
|
Ajuda

## Relatórios Gerados





## ANEXO XII

### Interface intranet Fiocruz


Mapa do Site | Fale Conosco | Utilidades
**Intranet**

Antenado
Procedimentos
Serviços
Para Você
Oportunidades

Segunda-feira, 19 de Junho de 2005



**intranet DIRAC**



**Dirac**

**Curtas**



**Creche Rh em Números Contracheque Hunt**



**REDE FIOCRUZ**

**Inscrições abertas para Dicas do Fim de Semana**

A Coordenação do Pró-Gestão em CST, por meio da Vice-presidência de Desenvolvimento Institucional e Gestão do Trabalho, acaba de lançar o edital para renovação e solicitação de novas bolsas.

**V Congresso Interno Fiocruz**

Clique aqui para conferir os documentos e discussões do V Congresso Interno

**SciFinder Scholar**

Clique aqui para ter acesso ao Chemical Abstracts On-line, base de dados da American Chemical Society - ACS

**Fiocruz na 12ª Conferência Nacional de Saúde**

Clique aqui para ter acesso ao documento

**Portal Fiocruz**

Clique aqui para ter acesso aos documentos:

Veja o documento com as Diretrizes para Design das sites que compõem o Portal Fiocruz.

Saiba como pedir para a barra do Portal Fiocruz nos sites das unidades.

**FICRARÁ**  
Clique aqui aqui

**DICAS DO TRAFEGO**

**DICAS DO TRAFEGO**

**DICAS DO TRAFEGO**

**ARQUIVO PARA DOWNLOAD**

**Inscreva-se no FEP**

UF:

Localidade:

Tipos:

Logradouro:

Nº/Instit/Apto/Casa:

**Ata da reunião da Sub-Câmara de Informática**

Veja a Ata da reunião da Sub-Câmara de Informática realizada em 14 de junho de 2004 (atualizada em 21 de junho de 2004).

**Revistas** [veja mais](#)

A Plataforma **Politeia** já está em funcionamento no endereço: <http://wefiteia.fiocruz.br>. Clique aqui e saiba mais sobre o conjunto de ferramentas de informação de última geração, concebidas para coletar e divulgar a produção intelectual e as atividades profissionais dos docentes, funcionários, estudantes e demais pessoas vinculadas à Fiocruz.

**Arquivo**



**Boletim COC**

Leia sobre a modernização nas áreas de saúde da COC na segunda edição do Boletim Informativo da Casa de Oswaldo Cruz.



**ENSP**

Envie Notícias Informativas institucionais com notícias de interesse geral da área de Saúde Pública: divulgação de congressos, cursos, informes e eventos.



**Acervos Bibliográficos**

Acervos On Line é a disponibilidade de informações sobre o acervo de periódicos, livros, vídeos e teses da Biblioteca do Cid, através da Internet.







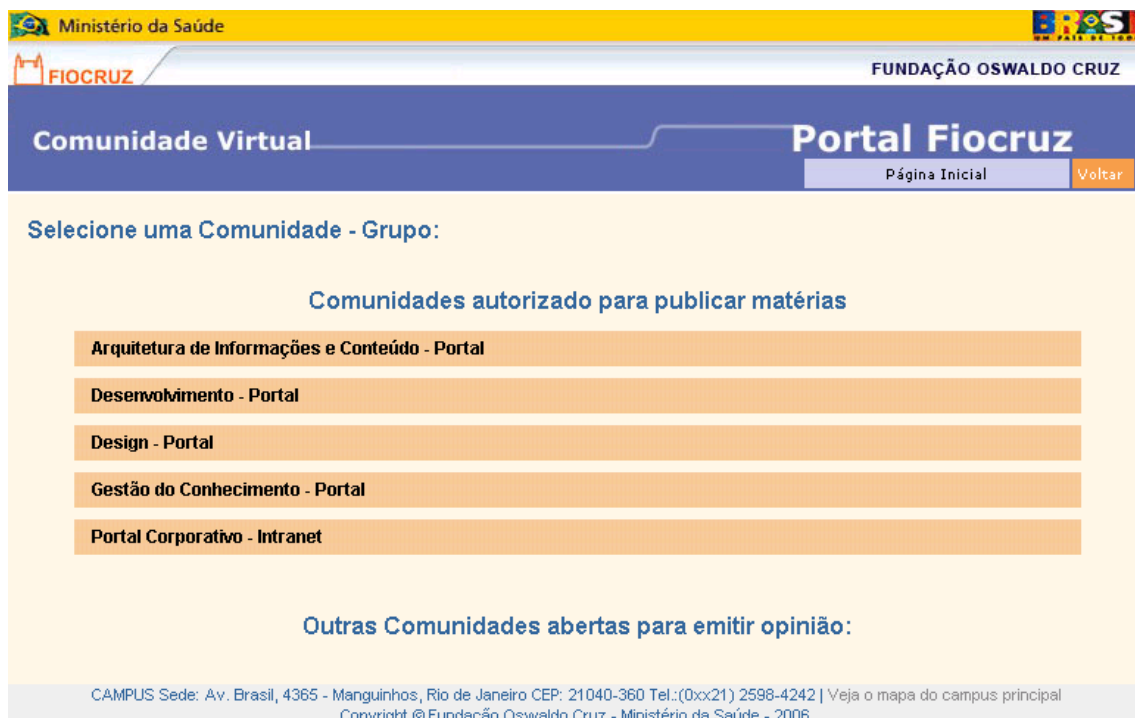
## ANEXO XIII Comunidade Virtual

### Página de Login



The screenshot shows the login page of the FIOCRUZ Virtual Community. At the top, there is a yellow header with the 'Ministério da Saúde' logo and the FIOCRUZ logo. Below this is a blue navigation bar with 'Comunidade Virtual' and 'Portal Fiocruz' tabs. The main content area has an orange background. On the left, there is a login form with fields for 'Login:' and 'Senha:', and an 'ENTRAR' button. On the right, there is a large image of a building at night, with text below it stating: 'Este espaço foi criado para abrigar várias comunidades e grupos de trabalhos da Fiocruz, ajudando na centralização das informações, possibilitando a continuidade das discussões debatidas nos encontros presenciais.' At the bottom, there is a small footer with contact information.

### Escolha dos Grupos



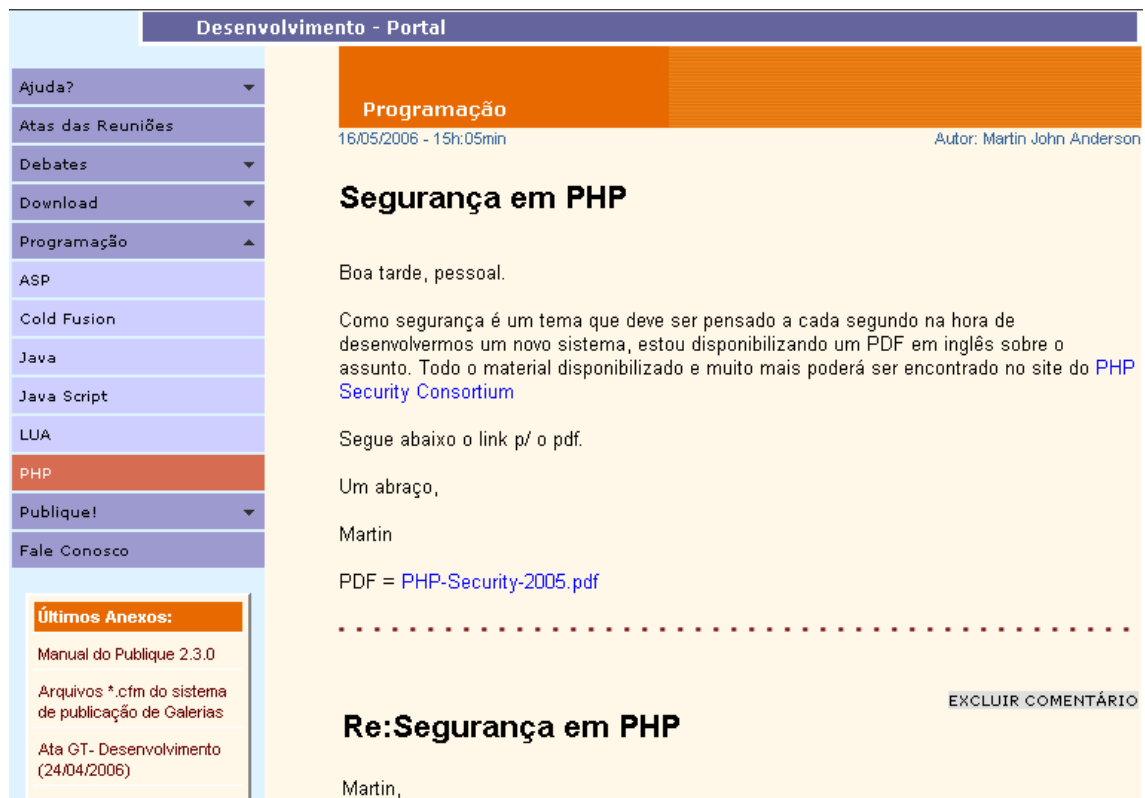
The screenshot shows the group selection page of the FIOCRUZ Virtual Community. At the top, there is a yellow header with the 'Ministério da Saúde' logo and the FIOCRUZ logo. Below this is a blue navigation bar with 'Comunidade Virtual' and 'Portal Fiocruz' tabs. The main content area has a light orange background. It starts with the text 'Selecione uma Comunidade - Grupo:'. Below this, there is a section titled 'Comunidades autorizado para publicar matérias' with a list of five groups: 'Arquitetura de Informações e Conteúdo - Portal', 'Desenvolvimento - Portal', 'Design - Portal', 'Gestão do Conhecimento - Portal', and 'Portal Corporativo - Intranet'. Below this list, there is a section titled 'Outras Comunidades abertas para emitir opinião:'. At the bottom, there is a small footer with contact information.

## Página inicial de cada grupo



The screenshot shows the homepage of the Portal Fiocruz. At the top, there is a yellow banner with the 'Ministério da Saúde' logo on the left and the 'FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ' logo on the right. Below this is a blue header bar with the text 'Comunidade Virtual' on the left and 'Portal Fiocruz' on the right. A search bar is located on the left side of the header. Below the header, there is a navigation bar with links: 'Página Inicial', 'Usuários', 'Mudar de comunidade', and 'Voltar'. A secondary navigation bar contains links: 'Perfil', 'Publicar Matéria', 'Editar Matérias', 'Manutenção Comunidade', 'Usuários', 'Histórico', and 'Sair'. The main content area is titled 'Design - Portal' and features a sidebar on the left with a menu: 'Ajuda?', 'Atas das Reuniões', 'Debates', 'Download', and 'Fale Conosco'. Below the menu is a section 'Últimos Anexos:' with links to 'usabilidade', 'Resumo 08/06', 'Apresentação do GT na Câmara Técnica', 'Manual de Identidade Visual', and 'Decreto de Lei Informação'. The main content area displays 'Últimas Publicações:' with three entries: 1. 'bienais - a quem interessar e puder' (20/06/2006 - 15h:21min - Autor: Cláudia Souza e Silva) with a 'Debates' link. 2. 'usabilidade - usabilidade' (20/06/2006 - 15h:13min - Autor: Cláudia Souza e Silva) with a 'Debates' link. 3. 'Resumo da Reunião do dia 08/06 - Resumo da última reunião do GT, realizada no dia 08 de junho.' (10/06/2006 - 16h:11min - Autor: Érica Loureiro) with a 'Atas das Reuniões' link. At the bottom, there is a section 'Acesso à Informação, Identidade Visual e Usabilidade nos sítios do Governo Federal' with a link to 'Download | Normas do Governo'.

## Discussões na Comunidade



The screenshot shows a community discussion thread titled 'Segurança em PHP'. The thread is part of a forum section titled 'Desenvolvimento - Portal'. The thread header includes the title 'Programação', the date '16/05/2006 - 15h:05min', and the author 'Autor: Martin John Anderson'. The main content of the thread is a post by Martin John Anderson, dated 16/05/2006 - 15h:05min. The post starts with 'Boa tarde, pessoal.' and discusses the importance of security in PHP development. It mentions that the author is providing a PDF in English about the topic and that the material is available on the site of the 'PHP Security Consortium'. The post includes a link to the PDF: 'PDF = PHP-Security-2005.pdf'. The thread is titled 'Re:Segurança em PHP' and is posted by Martin. The sidebar on the left contains a menu: 'Ajuda?', 'Atas das Reuniões', 'Debates', 'Download', 'Programação', 'ASP', 'Cold Fusion', 'Java', 'Java Script', 'LUA', 'PHP', 'Publique!', and 'Fale Conosco'. Below the menu is a section 'Últimos Anexos:' with links to 'Manual do Publique 2.3.0', 'Arquivos \*.cfm do sistema de publicação de Galerias', and 'Ata GT- Desenvolvimento (24/04/2006)'. At the bottom right, there is a link 'EXCLUIR COMENTÁRIO'.

## Detalhes

### Cadastrar e Alterar Comunidades, Grupos e Seções

Escolha a opção desejada?

Alterar Comunidade

Cadastrar e Alterar Grupo

Criar Seções

### Lista dos usuários da comunidade

#### **Administrador:**

Caco Xavier - VPEIC

Érica Loureiro - VPEIC

Fernando Proença - DCC - CICT

#### **Moderadores:**

Mauro Campello -

#### **Usuários:**

Adalberto Lamim - Incqs

Adriana Carvalho - ENSP

Aílson Santos - Fiocruz Minas Centro de Pesquisas René Rachou - CPqRR

Alexander Neves - Diplan

Alexandre Junqueira - Cedoc

Aluisio Ricardo M. Pulga - CICT

André Bonifácio - Fiocruz Brasília

Andre Campos - Bio

André Marcanth -

Aristides Dutra - Radis

Bárbara Pellegrini - Far

Carlos Bacelar - IFF

Carlos Fernando Reis - Ensp

César Caetano Sabiá Neto - Cecal

Cláudia Souza e Silva - COC

Edna Teixeira - Far

Ajuda?

Atas das Reuniões

Debates

Download

Fale Conosco

#### Últimos Anexos:

usabilidade

Resumo 08/06

Apresentação do GT na  
Câmara Técnica

Manual de Identidade Visual

Decreto de Lei Informação  
e Comunicação

#### Usuário On-line(1):

érica\_loureiro

#### Conversas ativas:

#### Conversas Recentes:

Atualizado: 22h 54m 01s